

Universidad Atónoma de Barcelona
Departamento Periodismo

Construyendo Europa a través del entretenimiento: El festival de Eurovisión



Máster Oficial en Investigación en Periodismo

Carlos Sanandrés Martínez

Dir. Charo Lacalle

26 de junio de 2015

Construyendo Europa a través del entretenimiento:

El festival de Eurovisión

| | | |
|--------|---|----------------|
| 1 | Introducción: Europe's living a celebration | <i>Pág.2</i> |
| 1.1 | Tesis e hipótesis | <i>Pág.5</i> |
| 1.2 | Objetivos de la investigación | <i>Pág.6</i> |
| 1.3. | Presentación metodológica del Trabajo Final de Máster | <i>Pág.7</i> |
| 1.3.1. | Diseño metodológico del trabajo | <i>Pág.8</i> |
| 2. | Marco Teórico | <i>Pág.11</i> |
| 2.1. | Antecedentes teóricos del tema | <i>Pág.11</i> |
| 3. | Desarrollo de la investigación | <i>Pág.21</i> |
| 3.1 | “Congratulations”: 60 años de competición televisiva | <i>Pág.21</i> |
| 3.1.1 | “Let's the show begins” – Los orígenes del festival | <i>Pág.21</i> |
| 3.1.2 | “This is the new Europe calling” - La segunda mitad de 80 y los primeros 90: un nuevo mapa, un nuevo festival | <i>Pág.37</i> |
| 3.1.3 | “Europe, start voting now” – El festival a partir de 1997 y la explosión de internet | <i>Pág.44</i> |
| 3.1.4 | “Here are the Eurovision results” – Los eurofans, el máximo exponente de la identidad eurovisiva | <i>Pág.55</i> |
| 3.2 | “Tu te reconnaîtras”: La representación de las identidad Europeas en el Festival de Eurovisión | <i>Pág.71</i> |
| 3.2.1 | “La,la,la”: La representación idiomática | <i>Pág.71</i> |
| 3.2.2 | “Diva”: La representación de género, sexo, orientación e identidad sexual | <i>Pág.77</i> |
| 3.2.3 | “All kind of everything”: La representación de las minorías | <i>Pág.88</i> |
| 3.2.4 | “Believe”: La representación de los valores sociales | <i>Pág.93</i> |
| 4. | Consideraciones finales y conclusiones | <i>Pág.99</i> |
| 4.1. | Conclusiones del Trabajo Final de Máster | <i>Pág.99</i> |
| 4.2. | Futuras preguntas de investigación | <i>Pág.103</i> |
| 5. | Bibliografía | <i>Pág.105</i> |
| 6. | Anexos | <i>Pág.110</i> |

1. Introducción: “Europe’s living a celebration”

Los orígenes del festival de música más popular de la televisión en Europa nos remontan a mediados del siglo pasado, en concreto a 1956. Ese año La Unión Europea de Radiodifusión (UER) emite el primer certamen de Eurovisión, un concurso radiofónico en sus inicios, que tenía como participantes a diferentes países de la Europa Occidental, un territorio con graves fracturas tras la Segunda Guerra Mundial.

Tres años después, encontramos el primer artículo académico en el que se hace referencia a Eurovisión. En *A study in international communication: Eurovision*, Pollock y Woods analizan las retransmisiones, la estructura y la repercusión de este nuevo concurso, que definen como “el primer intento de transmitir programas simultáneamente en países con diferentes estándares de televisión”(1959: 101). Según ambos autores el intercambio de contenidos entre naciones había existido de forma regular desde el origen de la televisión pero hasta llegada de Eurovisión se había limitado a “películas, cinescopio y a conexiones temporales”. Wood y Pollock revisaran y ampliarán sus teorías en 1962 y es precisamente en esa década, en los 60, cuando algunos estudiosos empiezan a citar de forma anecdótica la participación de sus respectivos países en el concurso. Porejemplo, Behl W. en *A look at Dutch broadcasting* (1966). De este periodo cabe destacar el artículo escrito por Marcel Bezençon, considerado uno de los padres del festival e impulsor y director de la UER, *Eurovision or the Price of Fame* (1964). El texto fue publicado en la EBU Review de ese mismo año y es el primero en que el tema central es el festival, sin embargo, responde las percepciones particulares de su autor.

Durante los años sucesivos se habla de Eurovisión, en revistas y diarios generalistas, y responden a aproximaciones no empíricas como, por ejemplo, la de Dávila, L. (1973) *Festival de Eurovisión: It's just a game*. Publicado en la revista “Triunfo”, es uno de los primeros artículos que analiza la historia del festival escrito en lengua española. Habrá que esperar a los 90 para que se publique el primer artículo científico en el que la materia de estudio sea propiamente el festival, ya que hasta ese momento todas las investigaciones se

centran en la red que Eurovisión tiene de intercambio de imágenes y programas y en las funciones de la UER.

El responsable de iniciar lo que algunos académicos denominan *Eurovision Studies* es Yair Gad (1995) con *'Unite Unite Europe' The political and cultural structures of Europe as reflected in the Eurovision Song Contest*. En el documento, el profesor del departamento de sociología y antropología de la Universidad de Jerusalén, desarrolla la teoría de los bloques a partir de un estudio estadístico. Los países afines culturalmente se votan entre sí creando 4 grupos diferentes. Algunos participantes, como es el caso de España o Portugal, no pertenecen a ninguno y tienen más difícil su victoria en el concurso. Esta teoría ha sido ampliada y actualizada a medida que el festival ha ido cambiando su formato. Sin embargo, los académicos que han estudiado el certamen consideran el artículo de Gad como uno de los textos principales para iniciarse en cualquier estudio sobre Eurovisión.

Puede resultar paradójico que el primer artículo relacionado con el festival, un programa televisivo de entretenimiento, provenga de una base puramente estadística y matemática. Sin embargo, si algo caracteriza a los estudios sobre Eurovisión es su interdisciplinaridad. Es una materia transversal que puede ser y ha sido abordada desde muchos ámbitos. Musicólogos como la griega Dafni Tragaki (2013) con *Mediations of the European Self in Song*, o historiadores como Dean Vuletic (2014), con *How have European Organisations viewed the Eurovision Song Contest?*, han tratado el festival. Es más, este último es el responsable un curso que se realiza periódicamente en la Universidad de Viena sobre la Historia de Europa en el siglo XX a través del Festival de Eurovisión.

A pesar de la variedad de aproximaciones al objeto de estudio, el tema de la identidad europea ha sido tratado de manera irregular y poco frecuente. Si bien es cierto que con anterioridad se ha abordado y que el concepto de Europa está muy presente, los artículos siempre han girado en torno a un país o a una región com, por ejemplo, el de Jordan (2012), con *The Modern Fairy Tale: Nation Branding, National Identity, and the Eurovision Song Contest in Estonia*.

En cuanto a la identidad Europea, encontramos el estudio de Fricker y Gluhovic (2013) *Performing the 'New' Europe: Identities, Feelings and Politics in the Eurovision Song Contest*. Sin embargo sobre España y su identidad como país sólo hay un artículo escrito por Pilar Guillén (2013) *Normalizing Difference: Spain's Generic Front in the Eurovision Song Contest*, en el que se describe la perpetuación de los estereotipos franquistas en las propuestas que cada año envía RTVE a Eurovisión.

Así pues, este trabajo tiene la voluntad de aportar conocimiento en una materia todavía poco explotada, como es la creación de identidad a través del festival de Eurovisión, se trataría del primer estudio sobre esta temática escrito en Español.

1.1 Tesis e hipótesis

La tesis del estudio realizado es la siguiente:

El festival de Eurovisión contribuye a la construcción de las identidades Europeas

Para validar o refutar la anterior consideración se han fijado las siguientes hipótesis:

- Más allá de los aspectos musicales, las actuaciones en el festival de Eurovisión han sido un reflejo de la evolución de las modas y las costumbres europeas.
- Los cambios que ha sufrido el formato a lo largo sus 60 años, responden no sólo a modificaciones políticas del mapa de Europa, sino también a factores sociales y tecnológicos
- La llegada de internet y las nuevas tecnologías ha modificado el formato de Eurovisión.
- Alrededor del concurso se ha creado una red de seguidores que tienen un papel importante dentro del desarrollo de la competición.
- El festival de Eurovisión muestra a la audiencia una Europa plural, en la que también tienen cabida las minorías sociales, lingüísticas i étnicas que conforman el continente.
- La audiencia percibe el concurso como un ejemplo de europeización que les conecta con otros territorios del continente.

1.2 Objetivos de la investigación

A continuación, se detallan los objetivos que se marca la investigación con la finalidad de validar la tesis planteada en el punto 1.2. Para ello el estudio pretende:

- Presentar un recorrido por los 60 años de Eurovisión a través de la historia del festival, desde su creación hasta la época actual
- Analizar la comunidad eurofan y su papel en el desarrollo de la competición
- Definir las características específicas de la comunidad eurofan en España.
- Estudiar la relación entre la llegada y la implantación de la web 2.0 el desarrollo de las comunidades y la revitalización del formato.
- Examinar las características más representativas de las diferentes identidades europeas que han pasado por el festival.
- Explorar la representación de dichas características durante las seis décadas que de vida de Eurovisión.

1.3 Presentación metodológica del Trabajo Final de Máster

“Construyendo Europa a través del entretenimiento: El festival de Eurovisión” nace como trabajo final del máster oficial *Investigación en Comunicación y Periodismo* de la Universidad Autónoma de Barcelona. Bajo la dirección de la Catedrática María Rosario Lacalle Zaldueño se plantea un trabajo exploratorio sobre el festival de Eurovisión y la creación de Identidad Europea. La investigación servirá como una primera exploración al objeto de estudio, una aproximación que se ampliará con la realización de la tesis doctoral.

En la investigación se opta por una hibridación de técnicas cuantitativas y cualitativas, sobre todo cuando se trata de la opinión de los fans con respecto al festival. Los objetivos iniciales del estudio apuntan a combinar diferentes técnicas metodológicas para conseguir los resultados. En esta ocasión las tres técnicas utilizadas han sido la revisión bibliográfica y hemerográfica, la observación directa y la realización de una encuesta por internet. La triangulación permite la comprensión de diferentes esferas de un programa de entrenamiento con larga tradición como es Eurovisión porque tal y como indican Cohen y Manion (2000) sirve para “trazar, o explicar con más detalle, la riqueza y la complejidad de la conducta humana mediante el estudio desde más de un punto de vista”.

La triangulación metodológica permite el principio de intrasubjetividad, por lo que a partir de diferentes perspectivas y técnicas podemos concluir con los mismos resultados. Esta característica otorga validez al estudio y permite que se puedan realizar inferencias legítimas desde el nivel manifiesto al nivel latente de sus resultados.

La combinación ha dado como resultado una dimensión poliédrica al estudio del festival que hasta ahora es difícil de encontrar en otros trabajos de naturaleza similar. A la metodología planteada hay que añadirle la realización de un marco teórico específico, al tratarse de una investigación novedosa y de un tema del que poco se ha escrito en nuestro país.

A continuación se detalla el diseño metodológico utilizado durante la investigación.

1.3.1. Diseño metodológico del trabajo

La historia de Eurovisión se ha escrito a través de la televisión y la prensa y esas fueron las primeras fuentes a las que se recurrió una vez planteada la investigación. En un primer momento y ante la escasez de producción académica sobre el festival de Eurovisión se utilizaron las noticias de los medios generalistas y especializados en el concurso.

La búsqueda no se limitó a cabeceras nacionales (tales como *El País* o *ABC*), sino que también se amplió a medios internacionales (como la *BBC*). Dada la gran cantidad de noticias encontradas, se ha optado por citarlas, en versión digital, a pie de página durante la redacción del trabajo. Tras la búsqueda en los medios especializados, también se optó por las páginas de fans y se realizó un exhaustivo vacío de la información que ofrece el apartado de *History* de la web oficial (www.eurovision.tv).

El archivo de Televisión Española también ha sido de gran utilidad para la visualización de las actuaciones de España. Por una cuestión de derechos por parte de la UER, se ha tenido que recurrir a diferentes portales de vídeo para visualizar la totalidad de los 58 festivales de los que se disponen de imágenes.

Paralelamente a la búsqueda hemerográfica, se ha realizado una observación directa de la organización y la realización de las dos últimas ediciones del festival (2014 – 2015), así como del trabajo *in situ* que desempeñan la comunidad fan durante los días que dura el evento. Todo ello ha sido posible gracias a la obtención de una acreditación especial por parte de TVE y la Unión Europea de Radiodifusión.

Del tres al diez de mayo de 2014 se viajó a Copenhague y se pudo acceder a la zona de prensa, un espacio que también utilizan los seguidores del concurso para alimentar de contenido sus medios. Durante el viaje se asistió a la Conferencia Internacional *Visions of Europe in the Eurovision Song Contest*, organizada por

la Universidad de Copenhague en colaboración con la universidad de Aarhus. El encuentro, celebrado del cinco al siete de mayo, sirvió para entrar en contacto con otros investigadores que también tratan el tema de Eurovisión en sus estudios.

Durante la edición del 2015 (del 19 al 23 de mayo) también se pudo acceder a la zona de prensa y estar presente durante la organización del festival y los ensayos. En esta ocasión, y con motivo 60 aniversario del certamen, los organizadores del festival trasladaron la conferencia que reúne a academia y seguidores del concurso a la ciudad de Londres, que fue seguida por streaming.

A medida que se desarrollaba la investigación, surgió la necesidad de crear una encuesta por internet. Para conocer cuál es el perfil de la comunidad eurofan española y qué relación desarrollan con el programa, se necesitaba una muestra amplia y que nos diera una visión general de todo el territorio. En la creación del cuestionario, la codificación de las preguntas, la difusión y el posterior análisis de los resultados se utilizó el *Google Forms*.

Las preguntas de la encuesta y la codificación de los resultados fueron revisados por la tutora del trabajo. A continuación se programaron los canales a través de los que se iba a distribuir la encuesta, la fecha en la que se iba a lanzar y el tiempo que estaría online. Se determinó que los cuestionarios se colgaran en los grupos Facebook dedicados a Eurovisión más activos que ya se habían detectado con anterioridad así como en la página web década de la información sobre el festival, www.olevisión.com

Dos semanas antes de lanzar la encuesta, una vez ya configurada a nivel informático pero todavía en estado latente, se envió a cuatro eurofans escogidos a través de una serie de criterios¹ y cuyos forma de contactos fueron facilitados por través de AEV, Asociación de Eurovisivos de España. Ellos serían los encargados de validar las preguntas y las respuestas. En los anexos del trabajo se adjunta los cuestionarios que devolvieron con sus anotaciones.

¹ Se tuvo en cuenta la diversidad de sexo, edad y lugar residencia
Construyendo Europa a través del entretenimiento: El festival de Eurovisión

El tres de abril de 2015, coincidiendo con la celebración en Londres del 60 aniversario del festival y con la retransmisión por parte de la BBC de una gala-homenaje, se publica finalmente la encuesta ya validada. El formulario, de preguntas cerradas, exige un correo electrónico y contestar las 21 cuestiones para que la participación sea computada. El cuestionario, está en activo durante 56 días, y justo una semana después de la transmisión de la final de Eurovisión 2015 se cierra. Durante todo ese tiempo se reciben un total de 104 respuestas válidas.

A pesar de que en un primer momento la muestra es aleatoria simple, al final se opta por un muestreo aleatorio por conglomerado, ya que sólo los que responden a la pregunta 0 (“¿Te consideras eurofan?”) pueden acceder al cuestionario completo.

Una vez procesados los resultados, los datos son tratados informáticamente para la realización de los gráficos y reducir los resultados a porcentajes. Esta, operación facilitada por el propio *Google Forms*, se repite a través de *Microsoft Excel* para corroborar los resultados. Se descarta la utilización de *SPSS*, ya que al ser una primera encuesta exploratoria no se cruzarán datos, dejando esta posibilidad para ulteriores investigaciones.

2. Marco Teórico

La transversalidad que ofrecen los estudios de Eurovisión, permite al investigador aproximarse al objeto de estudio desde diferentes disciplinas, como se pone de relieve al examinar el corpus de artículos académicos escritos sobre el tema. En la introducción de este trabajo (Apartado 1) ya se han citado algunas investigaciones realizadas que muestran el interés por el festival en áreas tan diferentes como la historia, la musicología o la estadística.

“Construyendo Europa a través del entretenimiento: El festival de Eurovisión” se inspira en los trabajos realizados en el campo del análisis de recepción, y concretamente de las teorías de usos y gratificaciones relacionada con los medios. También recibe influencias de los estudios realizados en el ámbito la creación de identidad y la construcción y representación de género que se han realizado con anterioridad.

La investigación parte de tres ejes fundamentales, el concepto de *media event*, propuesto por primera vez por Dayan y Katz, (1992), los estudios de fans que surgieron a principio a finales de los 80 y principio de los 90 y el concepto de Identidad Europea, que nace con la creación un espacio de referencia común en Europa. A continuación describimos con más detalle estos tres ejes y sus antecedentes históricos.

2.1. Antecedentes teóricos del tema

El interés por los eventos excepcionales dentro de los medios de masas y su efecto en las audiencias se remonta a los orígenes de la investigación en comunicación. Ya en 1940, Hadley Cantril, junto a Hazel Gaudet and Herta Herzog, estudió el pánico causado por *La guerra de los mundos* de Orson Welles. La tradición se mantuvo durante los 50 y los 60 como el estudio de Lang Lang en 1952 sobre la estructura de la televisión y sus nuevos formatos o el de Shils y Young (1963) sobre la misma temática. Algunos autores más críticos, tales como Danil Boorstin (1963), mostraron su disconformidad sobre el incipiente número de “pseudoeventos” que empezaban a llenar las parrillas televisivas y que algunos estudiosos como Singer, (1984) llaman *Festive*

television, “Televisión de ceremonias” o “actuaciones culturales”. Sin embargo, esta corriente crítica en la cual explorada durante los 70 y los 80 culminó con la aparición en 1992 de un trabajo que marcaría un punto de inflexión en la materia. *Media Events: the live broadcasting of history*, de Daniel Dayan and Elihu Katz, en el que los autores definirían un concepto que cuya repercusión se extendería durante los 90 y primeros 2000 y que sería ampliamente discutido: *media event*.

Los grandes eventos mediáticos ponen de relevancia valores primordiales para la sociedad y algunos aspectos colectivos. Katz y Dayan analizan el funeral de Jhon F. Kennedy (1963), la llegada del hombre a la Luna (1969), la visita del papa Juan Pablo II a Polonia (1979) y la boda de Carlos de Inglaterra y Diana de Gales (1981). Ambos autores, le atribuyen a los *media event* las siguientes características:

“La diferencia más obvia entre los media events y el resto de fórmulas o géneros televisivos es que , por definición, no pertenecen a las rutinas de la programación. De hecho, son interrupciones de las rutinas; intervienen en el ritmo habitual de la televisión en nuestras vidas. [...] se transmiten mientras están ocurriendo, en tiempo real y se organizan fuera de los medios.” (Dayan y Katz 1992: 5).

Así pues son retransmisiones en directo que asaltan y alteran el orden habitual de las parrillas televisas. Sin embargo, no son eventos improvisados y que surjan de forma espontánea sino que “Están pre-planificados, anunciados y publicitados con antelación” (Dayan y Katz 1992:7). Este punto será criticado por otros autores como Kevin P. Scanell quien en 1996 cuestiona que el funeral de Kenedy sea considerado un *media event* y no así, por ejemplo, su muerte y la retransmisión en directo del asesinato durante el desfile de Dallas. Bolin, G. (2000) también crítica esta primera teoría sobre los *media events* y la idea de que están organizados fuera de los medios. En la organización de los grandes eventos se cuenta con la prensa y se les designa un puesto específico para retransmitir lo que está sucediendo. El propio autor pone como ejemplo las finales de Eurovisión, en la que los locutores de las diferentes cadenas tienen sus propios espacios designados por la UER, mientras que Dayan y Katz afirman que “la televisión iguala el acceso al evento. Nadie necesita (o puede) pagar más

para tener un asiento mejor; nadie necesita pasar la noche en una cola esperando con certeza tener un lugar mejor” (Dayan, y Katz 1992: 95).

Otra característica es descrita de estos acontecimientos está relacionada la cantidad de telespectadores que aúnan:

“Estas ceremonias enganchan a un gran número de telespectadores, una nación, varias, o el mundo entero [...] Están caracterizadas por la norma de que hay que verlas, en la que la gente se dice una a otra que es obligatorio seguirla. Hacen que los telespectadores celebren el evento” reuniendo delante del televisor a grupos de personas, en vez de verlo sólo [...] atraen a las mayores audiencias de la historia de la televisión” (Dayan y Katz 1992: 9-14)

Se trata de una idea basada en parte en las teorías propuestas por Durkheim (1995) que sostiene que alrededor de ciertos contenidos televisivos se crea una serie de rituales que acompañan a su consumo. Es decir, la gente se reúne en torno a la televisión y organiza una ceremonia que cambia sus rutinas diarias en cuanto al vestuario, horario o comidas, etc.

El concepto de *media event*, también está interrelacionado con el concepto de mediación, ya que durante la emisión de los eventos televisivos se conjugan tres agentes a tener en cuenta: los organizadores que aúnan los elementos y proponen la historicidad y el desarrollo del acto en sí, las televisiones que transmiten qué está pasando a partir de la combinación de diferentes escenas y en el centro de ambas las audiencias, que conecta con lo que está sucediendo ya sea a nivel intelectual o emocional. Cada agente debe aportar un consenso activo y realizar una inversión sustancial de tiempo y de otros recursos para que un evento se realice y sea un éxito.

Para que los tres elementos se conjuguen de una manera efectiva, hay que tener en cuenta la narración del evento, factor clave en cualquier retransmisión televisiva. Umberto Eco considera la narración de estos acontecimientos como algo cercano, según la interpretación que realizan Dayan y Katz (1992) de las palabras de Eco “la interpretación de algo que nos está pasando a nosotros en este momento y a la que tenemos que responder rápidamente – o que tenemos que inmediatamente describir televisivamente –y puede ser uno de esos casos en los que la respuesta más convencional es también la más efectiva”.

Con la llegada de los nuevos medios y tras el atentado del 11 de septiembre el concepto de *media event* entra en crisis, aunque algunos autores ya habían mostrado su rechazo con a mitad de los 90. John Fiske considera que “el término *media event* es una indicación de que en un mundo posmoderno no podemos ya más confiar en una relación estable y una clara distinción entre un evento “real” y su representación mediatizada” (1994:2).

Otro punto crítico es el papel de la audiencia. En 1997 Best y Kellner afirmaban, desde una corriente crítica que este tipo de acontecimientos nacen “como parte del vasto, institucional y técnico aparato del capitalismo contemporáneo, todos los medios y métodos de poder se emplean para relegar a sujetos a una posición pasiva ante la manipulación social y oscurecer la naturaleza de los efectos de poder capitalista y las privaciones” (1997: 4)

Sin embargo, la revolución 2.0 trae consigo una reformulación de los medios. Estamos ante el proceso de “remediación” Bolter y Grusin (2000), una idea que ya había planteado décadas atrás McLuhan “El híbrido resultante de la mezcla de dos medios de comunicación es un momento de libertad y revelación del cual nace una nueva forma” (1964:63). Internet cambiará completamente la manera en la que se tratan los *media events* debido a la posibilidad de inmediatez y la demanda constante de información que exigen los nuevos modelos comunicativos resultantes. En *Media spectacle and media events: Some critical reflections* Kellner, D. definía la situación con las siguientes palabras

“En un terreno de intensa competición con redes de televisión por cable 24/7, radio comercial, páginas de internet y blogs, y con la proliferación de nuevos medios colaterales como Facebook, YouTube y Twitter, la competición por la atención es todavía más intensa, llevando a los grupos mediáticos a tratar a las historias de una forma sensacionalista, historias que han construido siguiendo el modelo de *media spectacle* y que esperan atraer la máxima atención de las audiencias durante el mayor tiempo posible, hasta que emerja el próximo espectáculo. (Kellner 2010: 76)

A este nuevo paradigma hay que sumar la utilización del terror como elemento noticiable tras los atentados del 11 de septiembre. Se trata de una idea sugerida por Nick Couldry Andras Hepp y Frederick Krotz en *Media Events in a Global Age* (2009) quienes reelaboran el concepto planteado por Guy Debord (1967) de

“Sociedad del espectáculo”. Según los autores los eventos se van sucediendo uno tras otros y hechos que en otras décadas no hubieran llegado a tener la categoría de noticia son tratados como verdaderos acontecimientos sociales.

Los autores consultados, hacen referencia también a los conceptos de capital cultural, social y simbólicos planteados por Pierre Bordieu (1989) ya que el estudio y la trascendencia de los *media event* va más allá de la mera retransmisión y la interacción con el público. De hecho ayudan a construir audiencias y a crear un marco que años más tarde, si se acaba legitimando será la cultura establecida. Tal y como apuntan Dayan, D. y Katz, E. “Los medios y en su extensión y los *media events* tienen el poder no sólo de insertar imágenes en las redes a nivel social sino de crear sus propias redes” (1992:12). Esta idea nos lleva a hablar de la comunidad fan y la creación de sus propios canales.

El *fandom* empieza a estudiarse a mediados de los 80. Una de las precursoras es Ien Ang que en 1982 publica un estudio en holandés sobre el placer que sienten algunos grupos al ver la serie *Dallas*. El texto se traducirá en 1985 al inglés y planteará ya una primera diatriba entre la cultura imperante y aquella que es seguida por los fans de la ficción norteamericana una segregación entre los individuos cualificados culturalmente, representantes del buen gusto y aquellos desposeídas de cualquier prestigio cultural “entre los que reconocen *Dallas* como mala cultura de masas y aquellos que no” (1985:102).

Su trabajo será una referencia para autores de norteamericanos de principio de los 90 que entenderá en *fandom* como algo más que un simple entusiasmo por un programa de televisión o una película. Para ellos, es la interpretación colectiva que se hace de un parte de la cultura popular y que crea un potente sentimiento de cohesión. Según Henry Jenkins, “la diferencia entre ver series y convertirse en un fan, recae en la intensidad su relación emocional e intelectual” (1992:56).

El origen de la palabra fan se basa en un concepto religioso. Originariamente se refería a alguien que “pertencia a un templo, a un sirviente o un devoto” (Jenkins 1992:12) de una religión. A pesar de la pasión que siente hacia los textos que siguen, hasta bien entrados los 90, los fans no han sido tenidos en cuenta por parte de la cultura dominante. Es por ese motivo que autores como Jenkins y Camille Bacon-Smith (1992) intenta corregir ese desequilibrio a través de sus

propias investigaciones basadas en las etnografía y la observación directa. Estos autores están influenciados por el trabajo previo de Michel de Certeau cuya obra *The Practice of Everyday Life* (1984) se convirtió en todo un referente.

Los fans suelen ser criticados porque sus gustos se corresponden con los niveles más bajos de la jerarquía cultural según las corrientes dominantes y es ahí donde nace el escándalo. Su relación con el texto al que siguen y aprecian abarca un texto popular que se da en forma de libros, programas de televisión, películas o música, así como conceptos con sentido más amplio tales como equipos deportivos y los iconos pop las estrellas mediáticas que van desde los atletas pasando por músicos y actores” (Sandvoss 2005; 8).

John Fiske afirma que los fans resisten su imagen negativa “debido al sentido de pertenencia a un grupo, es una forma de resistencia política” (1992:45). De hecho tal y como demuestran las investigaciones, y la realidad, tienen a unirse y crear sus propios clubs. Según un estudio realizado por Harrington and Bielby en 1995, el 96% de los fans hablan con otros sobre el texto que siguen y el 37% lo hace con más de cuatro fans.

Esta unión, renace en los *fan studies* el concepto de subcultura que ya planteó en 1979 Dick Hebdige’s en su libro *Subculture: The Meaning of Style*. Los fans se erigen en comunidades sociales alternativas, que, forjando su identidad sin prejuicios, luchan por dar sentido y significado a su cotidianidad, muchas veces situadas fuera de las fronteras del canon y de la distinción cultural. Adoptan sus propios códigos lingüísticos a la hora de hablar, saludarse, o dirigirse a un miembro del grupo y sus propios códigos simbólicos, que incluyen la manera de vestirse, o los rituales propios de la comunidad. Esta unión y cohesión junto con la legitimación que reciben por parte de los estudiosos permite “defender la comunidad fan en contra de su ridiculización en los grandes medios y por parte de aquellos que no son fans” (Gray, Sandvoss, y Harrington 2007: 2)

Tulloch y Jenkins en 1995 se refieren a estas comunidades como una “élite sin poder”. Afirman que los fans tienen poco poder para garantizar la continuidad de un show, aunque la existencia de tal y el éxito depende en gran parte de ellos. Como ejemplo ponen que en 1967, la NBC iba a cancelar la serie *Star Trek*,

pero al recibir 11,500 cartas decidió alarga por dos temporadas más. En 1969 fue cancelada definitivamente.

Esta organización y el poder que ejercen en otros agentes externos, lleva a una segunda oleada de estudiosos a analizar la dicotomía entre “incorporación y resistencia” y focalizar su interés en la “sociología del consumo” por parte de fans (Gray, Sandvoss y Harrington 2007: 6). Según estos autores, dentro de la comunidad fan se están repitiendo los mismos patrones que *mainstream* y existe una jerarquización dentro de la comunidad. No todos son iguales y existen “verdaderos fans” y quienes no lo son.

Hablar de *fandom* en el siglo XXI, es hablar de comunidades online. En este campo destaca el trabajo de Nancy Baym (1999) en cuanto a las series y las redes que se crean a través de internet por parte de los seguidores. Estos espacios en la red, son vistos como lugares seguros, en los que los individuos participantes pueden celebrar su interés por textos *a priori* devaluados sin miedo al ridículo o represalias sociales.

Es con la llegada de las nuevas tecnologías cuando se produce una explosión del *user generated content*, productos creados por los propios seguidores que reinterpretan el texto original. Para Jenkins, la “relectura es el placer central de los fans” (1992:69). Este conocimiento exhaustivo del texto, los convierte en objeto de presión para los productores de TV y para los encargados de la continuidad y la coherencia del producto (inclusión de nuevos personajes, nuevos argumentos...).

De Certau (1984) ya apuntó que los lectores son esencialmente “nómadas” que se mueven de una idea a otra del texto, continuamente, apropiándose de información, sintetizándola y dándole nuevos significados. Así pues las posibilidades que ofrece la web 2.0 abren un nuevo abanico de posibilidades a los fans para continuar y evolucionar sus fanzines.

El canon, es decir el texto u obra original, se expande a través los *fan fictions* que generan los seguidores. Cabe los nuevos productos resultantes tienen índoles muy variadas, pero que si nos atenemos a la narrativa podemos encontrar los siguientes tipos

| Tipo de fan fiction | Definición |
|-----------------------------|--|
| Recontextualización | Historias breves o escenas que rellenan los huecos que puedan existir en el texto original |
| Expansión | Exploración del pasado o del futuro de los personajes y reescritura de finales diferentes al propuesto por el texto original. |
| Refocalización | Focalizar la atención en personajes secundarios, o episódicos apartando el interés por los protagonistas. Normalmente se suele destacar personajes femeninos o minorías. |
| Reconversión moral | Inversión del universo moral con respecto al texto original. Los villanos se transforman en los protagonistas de sus propias narrativas. |
| Reformulación de género | Cambio del género narrativo en el que se enmarca el texto. Un texto de ciencia ficción puede pasar a ser una comedia romántica. |
| Crossover | Intercambio y aparición de nuevos personajes provenientes de otros textos. |
| Deslocalización | Modificación del nombre, la identidad y el contexto de los personajes principales. |
| Personalización | Los fans escriben sobre ellos mismos a través de su texto favorito. Trasladan su historia particular al texto y lo convierten en el eje principal |
| Intensificación psicológica | Exploración de los principales aspectos psicológicos de los protagonistas. Se suele focalizar en los momentos de crisis o cambios. |
| Erotización | Narrativas enfocadas a la sexualidad de los protagonistas y sus relaciones que no forman parte del texto original. |

Tabla 1. Tipos de fan fiction. Adaptación de Jenkins H. (1992) Textual poaches

Además de los textos meramente narrativos (fan movies, fan comics, fan books...) creado por los fans, en los últimos años también nos encontramos la creación de videojuegos y con lo que los expertos llaman *fliking*, producciones musicales relacionadas con el texto. Los productos elaborados por los fans podrían llevarnos a reflexionar sobre la transmedialidad del concurso. Hay diferentes niveles de comprensión del texto y en algunos casos hay que completar gala televisada con textos y vídeos realizados por los seguidores. Sin embargo la investigación se centra en la idea creación de una identidad cultural.

Según Giddens las identidades se construyen a través de un proceso de “individualización” (1995: 99) en el que cada persona individual o colectivo busca su propio sentido. Más allá de diferenciarse la identidad se pueda originar en las instituciones dominantes, aunque sólo se considerará como tal si actores sociales las interiorizan y construyen un sentido propio. En esta línea, Castells (1998) diferencia los roles definidos por normas estructuradas por las instituciones y organizaciones de la sociedad (e influyen en la conducta según las negociaciones entre individuos y dichas instituciones, entre organizando así las funciones) y las identidades definidas como proceso de construcción del sentido atendiendo a un atributo o conjunto de atributos culturales (entendido como la identificación simbólica que realiza un actor social del objetivo de su acción). En este caso nos centramos en la creación de una identidad Europea por parte del festival del Festival de Eurovisión

La Identidad, europea, se refiere al sentido de identificación personal con Europa. Algunos autores, apuntan al que el concepto correcto sería pan-europeísimos. Tal y como apunta John McComick en su libro *Europeanism* el término se refiere a “la sustitución paulatina de normas y valores nacionales por otros relacionados con un supraestado que en este caso sería Europa” (2010:4).

Históricamente, la cultura europea no ha conducido a una unidad geopolítica. Con la fundación de la unión Europea y tras la segunda Guerra Mundial nace la idea creación de una amplia identidad, colectiva (Gellner 1993). En la actualidad, la integración europea coexiste con sentimientos nacionales y patriotismo nacional (Thiesse 2014).

El desarrollo de la identidad europea, está considerada, por algunos autores como, el medio necesario para la creación de un territorio políticamente, económicamente y militarmente influyente.. Para ello es importante, reforzar los valores europeos comunes, como el de los derechos humanos esenciales y difusión de bienestar a la vez que se fortalece las instituciones democráticas y sociales supranacionales de la Unión Europea.

Para llevar a cabo esta idea, se requiere de elementos que ayuden a la “europeización” de sus habitantes. Estos valores los encontramos en diferentes esferas de la vida cotidiana y están presentes tanto en la política, como en la economía o la cultura popular. Así pues agentes como el Euro, el canal de noticias Euronews o el propio festival de Eurovisión llaman la atención de los investigadores centrados en la temática.

En los estudios sobre la identidad Europea también hay que destacar el euroescepticismo. La corriente interpone las identidades nacionales a la creación de un marco común. Sin embargo, en esta reflexión teórica no nos vamos a centrar en sus teorías ya que se alejan del objeto de estudio. Sin embargo sí que hay que resaltar de algunas propuestas que abogan más por las identidades europeas que por una única.

La categorización empleada por los investigadores para determinar qué elementos conforman la identidad es amplia y variada. En la investigación, y con el objetivo de acotar un concepto complejo y cambiante, se ha optado por los siguientes puntos:

- Idioma y realidad lingüística
- Género, sexo, orientación e identidad sexual
- Minorías
- Valores sociales compartidos

3. Desarrollo de la investigación

3.1 “Congratulations”: 60 años de competición televisiva

En esta primera parte de la investigación se describe la historia del festival, desde su concepción hasta la actualidad. La estructura del texto ha sido dividido en cuatro apartados, tres relacionados con las diferentes etapas del certamen y un último que trata sobre el fenómeno fan.

La primera subdivisión comprende la concepción del festival y su realización hasta la mitad de los 80 cuando todavía es un *media event* que comprende los parámetros clásicos propuestos por Katz y Dayan (1992). Seguidamente encontramos una división que analiza el período comprendido desde 1985 hasta 1997, en el que los organizadores del festival buscan nuevas fórmulas para revitalizar el formato mientras que Europa se fragmenta a nivel político. Un nuevo mapa nace y consigo un nuevo festival. El último tramo se inicia con la llegada del televoto para acabar en nuestros días con un evento que se sigue a doble pantalla y en el que la audiencia tiene un papel fundamental. Aunque más que hablar de periodos, lo mejor es comenzar por cuando empezó todo.

3.1.1 “Let’s the Show Begins” – Los orígenes del festival

El 12 de febrero de 1950, tras un encuentro organizado en la ciudad costera de Torquay de Devon, Inglaterra, 23 organizaciones de radiodifusión de la Europa Occidental y de la cuenca Mediterránea firman el acuerdo por el cual se funda la Unión Europea de Radiodifusión². Se determina que su sede estará en Ginebra y que su primer presidente será el por entonces director de la SRR, división radiofónica del ente público suizo, Marçel Bezençon. Nace así el germen de la competición musical más popular del continente Europeo.

La Unión Europea de Radiodifusión (UER o EBU, en inglés) se funda un año antes de que se firmara el Tratado de París con la consecuente creación de la Unión Europea del Carbón y del Acero. Su objetivo es la creación de una red de televisiones y radios públicas entre las que intercambiar contenidos. En contra

² *European Broadcasting Union (EBU): Who we are and what we do* (s.f) Recuperado el 15 de mayo de 2015 en <https://www.eurovision.tv/upload/media/EBUcorporate.pdf>
Construyendo Europa a través del entretenimiento: El festival de Eurovisión

de la creencia popular, su origen está desvinculado de la UE y la EBU se erige como la primera organización internacional de radiotelevisiones. Años más tarde, a semejanza surgirían la Unión Asia-Pacífica de Radiodifusión (ABU) o la Organización de Telecomunicaciones Iberoamericanas (OTI).

En una Europa marcada por la postguerra y las brechas surgidas entre los países tras el conflicto, nace la idea de un concurso musical paneuropeo. Un espacio basado el festival italiano de San Remo, que había sido creado en 1951, y cuyo objetivo sea estrechar los lazos entre los países del viejo continente. Según la presentadora sueca Petra Mede durante la conmemoración del 60 aniversario de Eurovisión³, la reunión en la que se gesta Festival se celebra en “algún lugar secreto del Reino Unido”, aunque, según las fuentes oficiales, habría lugar en Mónaco. Poco más ha trascendido de aquel encuentro, aparte de que sería un programa en el que competirían las diferentes emisoras públicas y que representaría un ambicioso proyecto y un reto a nivel tecnológico.

El 19 de octubre de 1955, en una segunda reunión en reunión en Roma, se decide que el primer festival tendrá lugar la primera de 1956 en la ciudad suiza de Lugano y, según Jaquin P.⁴, durante el encuentro se opta por el nombre de Eurovisión, un término que acuñó el periodista británico George Campey en 1951 en el tabloide inglés *Evening Estandar* para referirse a la red Europea de Radiodifusión.

La mayor parte de fuentes consultadas apuntan a Marçel Bezençon, miembro fundador de la UER y su director hasta 1970, como el *padre de Eurovisión*, aunque según la web oficial del festival creado para su sesenta aniversario⁵, “la mayoría del formato que reconocemos hoy en día” fue idea del cómico británico Michael Bremman. Él mismo organizó el 7 de mayo de 1956, 17 días antes de que se celebrara el primer festival de Eurovisión, el *Festival of British Popular Songs*, un certamen televisado de coros ingleses y música popular que luego ha

³*Eurovision 2015 Greatest Hits* (3 abril 2015) Recuperado el 5 de abril de 2015 en <https://www.youtube.com/watch?v=NR8q116Cpko>

⁴*"Eurovision's Golden Jubilee"* (1 diciembre 2004) Recuperado el 5 de abril de 2015 en https://www.ebu.ch/en/union/diffusion_on_line/television/tcm_6-8971.php

⁵*DecadeIntroduction 1950-1959* (s.f) Recuperado el 5 de abril de 2015 en <http://60th.eurovision.tv/50s>

continuado en la televisión inglesa bajo diferentes nombres y que ha sido utilizado hasta 2010 para elegir al representante inglés para Eurovisión.

Finalmente el jueves 24 de mayo de 1956 se celebra en el teatro Kursaal de Lugano el primer festival; una competición que nace a semejanza de San Remo y del Festival de música popular británico, que contará con unas características propias que no se repetirán en ninguna otra edición del certamen. En el *Gran Prix Eurovision de la chanson Européenne*, cada país presenta 2 canciones, tan sólo se aceptan cantantes solistas, los votos del jurado son secretos y cada país se puede votar a sí mismo. También será la única ocasión en la que el festival será conducido únicamente por un conductor masculino.

En un primer momento estaba prevista la participación de nueve países; sin embargo, la delegación austriaca y la danesa no consiguen llegar a Lugano a tiempo para la retransmisión y deberán esperar al año siguiente para debutar. Los países que forman parte de esta primera edición son: Bélgica, Francia, Alemania, Italia, Luxemburgo, Países Bajos y Suiza.

Lys Assia, la representante suiza y su canción *Refrain* se alzan con el triunfo, tras un show que dura una hora y cuarenta minutos. A pesar de que las votaciones nunca han sido reveladas, Barclay S., en *The Complete and Independent Guide to the Eurovision Song Contest* (2010:24), incluye una posible tabla sobre cómo podrían haber quedado las puntuaciones aunque no cita la fuente y advierte que nunca se han hecho públicas de forma oficial.



Imagen 1. Lys Assia en Eurovisión 1956

Según la UER, durante todo el concurso, varias cámaras de televisión graban el festival, para después distribuir las imágenes entre los pocos telespectadores que en aquellos momentos disfrutaban de televisión. Sin embargo, las imágenes se pierden y tan sólo se conserva la actuación de Lyss Assia⁶, una vez proclamada vencedora. Junto con el festival de 1964, es el único Eurovisión del que no se conservan la totalidad de las imágenes, pero sí el audio. Lyss será hasta la fecha la única cantante suiza en ganar festival. El país helvético volverá a vencer en 1987, pero gracias a la participación de la canadiense Celine Dion con *Ne partes pas sans moi*.

A pesar de la victoria de Suiza, la Alemania del Este, en concreto Frankfurt, acoge el segundo *Grand Prix de la Chanson*. Tras los problemas logísticos de Dinamarca y Austria, llegan a tiempo para participar y debuta el Reino Unido. Eurovisión continúa siendo un programa principalmente radiofónico, que se emite un día entre semana; pero en esta edición se modifican algunas normas. Los países no se pueden votar a sí mismos, se aceptan dúos musicales y las votaciones son públicas. Lyss Assia intenta revalidar su victoria por Suiza, pero queda en octava posición.

Por primera vez, se incluye el famoso panel de votaciones, las cadenas envían a sus propios periodistas para tener información del festival en su lengua nativa y, durante las votaciones, los jurados de cada país son contactados por teléfono. En esta edición se instaura la rutina de saludar a cada país diciendo *Hello XXX* o *Good evening XXX*, un detalle que podría pasar de inadvertido pero que para algunos estudiosos del certamen como la profesora danesa Marie Sandberg⁷, impulsan un marco en el que los integrantes de Europa aprenden a hablar de manera educada después de la II Guerra Mundial.

Las siguientes ediciones se desarrollan sin muchos cambios en el formato. En 1958 aterriza en el primer país nórdico, Suecia y en 1960 lo hará Noruega. El único cambio introducido en este periodo es la exclusión de cantantes profesionales del jurado internacional.

⁶*Eurovision 1956 Switzerland / LysAssia – Refrain* (13 febrero 2010) Recuperado el 5 de abril de 2015 en <https://www.youtube.com/watch?v=IyqIPvOkiRk>

⁷La profesora de la Universidad de Copenhague Marie Sandberg, apuntó esta idea en la presentación del congreso *Visions of Europe in the Eurovision Song Contest* que tuvieron lugar en dicha universidad del 5 al 7 de mayo de 2014

El festival de 1961 marca un punto de inflexión en la historia de Eurovisión. Debutan tres países a la vez: Finlandia, Yugoslavia y España. Su participación provoca que el interés por el certamen aumente en gran parte de Europa y por primera vez, EBU decide programar el concurso en un sábado. La edición de ese año se celebró el 18 de marzo. A partir de entonces y tal y como apuntan varios artículos publicados por la UER, un sábado al año, frente al televisor, las familias se sentarán para apoyar a su propio país.

Jean-Claude Pascal con *Nous les amoureux*, gana por Luxemburgo. Sin embargo, su segunda interpretación como vencedor no se emitirá en el Reino Unido por falta de tiempo pues Eurovisión ha durado más de lo previsto. La duración del festival empieza a ser una preocupación para los organizadores, debido al creciente número de países interesados en participar en el concurso.



Imagen 2. Jean Claude Pascal tras ganar Eurovisión 1961

La canción ganadora fue un éxito en los países francos y, aunque Jean-Claude Pascal no lo ha confirmado nunca, algunos estudiosos y conocedores de la obra de Pascal apuntan a que la canción fue escrita para denunciar la represión contra las parejas homosexuales⁸. España debutó y abrió el festival de 1961 con un estilo completamente diferente, un tema interpretado por Conchita Bautista que llevaba por título *Estando contigo*. En su primera participación, España queda novena con un total de 8 puntos.

Los nuevos medios técnicos, apuntan a un cambio en el formato y tras un año sin novedades, en 1963, la BBC, encargada de organizar el festival Londres tras la

⁸*Biographie: Jean-Claude Pascal* (s.f) Recuperado el 20 de diciembre de 2014 en http://www.hexagonegay.com/Jean-Claude_Pascal

renuncia de Francia, decide innovar en cuanto a la realización. Las actuaciones se graban en un estudio (TC3) cuyo decorado va variando en función del país, mientras que el público y las votaciones se graban en otro estudio (TC4). El público puede seguir la retransmisión en una pantalla. Al hacerse público el sistema, la prensa sensacionalista lanza el rumor que las actuaciones han sido pregrabadas, obviando así una de las normas fundamentales del festival y es que la voz y la música deben ser en directo. La controversia surge, una vez más, debido a la innovación. La BBC ha decidido utilizar un micrófono de percha y no de pie para las actuaciones, de modo que los telespectadores no ven el dispositivo y piensan que los cantantes están haciendo playback sobre una base ya grabada.

La controversia en relación al festival de 1963 aumenta, en el momento de las votaciones. Noruega no está preparada para dar sus puntos y no utiliza la fórmula habitual y exigida por la UER para votar: nombre del país y puntuación. La presentadora, Miss. Boyle, le pide que repita y el presentador noruego pide tiempo. Noruega votará la última tras el resto de países; pero sorprendentemente ha cambiado sus votos con respecto a la primera vez que los ha dado. Con la nueva lista, Noruega beneficia a la vecina Dinamarca.

El resto de jurados de la edición también estuvieron en entredicho debido a la claridad con la que se escucharon sus voces. La duda surgió sobre si verdaderamente estaban al otro lado de la línea telefónica o si estaban en el estudio. A día de hoy, la UER no se ha pronunciado sobre estas polémicas pero sí ha aclarado que las actuaciones en Londres “no fueron grabadas sino en directo”⁹.

El festival de 1964 tampoco estuvo exento de polémicas. *Le Grand Prix de la Chanson* se celebra en Copenhague con el debut de Portugal. La noche se presentaba sin altercados, hasta que después de la 14 canción la de Suiza y pensando que era el turno de España, un hombre, del que todavía hoy no se conoce su identidad, salta al escenario con una pancarta en la que, según la página web del festival, se lee *Boycott Franco and Salazar*. Lo redujeron

⁹*Eurovision Song Contest 1963* (s.f) Recuperado el 10 de febrero de 2015 en <http://www.eurovision.tv/page/history/by-year/contest?event=280>
Construyendo Europa a través del entretenimiento: El festival de Eurovisión

inmediatamente y el festival continuó sin altercados con la victoria de Gigliolla Cinquetti y *Non ho l'età*. Sin embargo, la polémica resurgió años después cuando a principio de los 70, el archivo de la televisión Danesa sufre un incendio; un accidente en el que se pierde la cinta de este festival. Al intentar recuperar la copia, se dan cuenta de que el resto de países no ha grabado el concurso entero, sino algunas actuaciones destacadas. Junto a 1956, el certamen de 1964 es el único del que no se disponen imágenes en su totalidad.

Al año siguiente, Eurovisión decide ampliar fronteras, se suma Irlanda y el concurso es emitido por primera vez por Intervisión, el ente homólogo de la UER en la Europa del Este. 1965 también traerá consigo la primera norma relativa al idioma de las canciones. Hasta el momento, y a pesar de no estar escrito en la bases del concurso, todos los países habían cantado en lengua materna; pero en esa ocasión Suecia presenta un tema en inglés. Ingvar Wixell cantará *Absent Friends*, un propuesta que quedará en décima posición. La organización apuesta por que cada país sea representado por su propia lengua natal.

Europa occidental está viviendo una revolución a nivel social y los cambios llegan al escenario de Eurovisión. En 1966, Noruega rompe con la tradición de que todas las cantantes luzcan un vestido. Por primera vez sobre el escenario aparece una mujer con camisa y pantalón. Es Åse Kleveland, con su tema *Inteternyttunder solen*, una canción que quedará en tercera posición. En esta edición también participa por primera vez una persona negra: es la cantante holandesa Milly Scott, que quedará en decimoquinto lugar con *Fernando en Filippo*.



Imagen 3. Milly Scott y Åse Kleveland en Eurovision 1966

Ha pasado una década, desde que se celebrara el primer festival de Eurovisión, y del certamen han salido ya auténticos números uno, que han barrido en las listas de éxitos europeas: Domenico Modugno y *Nel blu dipinto di bu* (tercero en 1968), Gigiloa Cinquetti con *Non ho l'eta* (ganadora en 1964) o France Gall y *Poupée du cire, poupée du son* (ganadora en 1965).

Siguiendo con esta tónica de agradar al público, sobre todo juvenil. Los organizadores del festival, en 1967, imponen la norma de que ningún miembro del jurado podrá superar los 30 años. Una regla que quedará diluida en el tiempo y que acabará por cancelarse años más tarde.

En 1968, llega el primer festival a color; sin embargo, sólo Francia, Alemania, Holanda, Noruega, Suecia y Suiza contarán con la tecnología necesaria para retransmitir la imagen en technicolor. El resto de participantes, incluido el propio Reino Unido, sede el concurso, tendrán que hacerlo en blanco y negro. También se modifica el nombre del certamen, se eliminan los adjetivos “gran” y “europea” y pasa a llamarse *Eurovisión Song Contest*. En esta edición participan 17 países y tiene lugar la primera victoria de España con Massiel y su tema *La, la, la*. La canción fue interpretada en español, pero una vez anunciada su victoria, la representante española cantó en inglés delante de la prensa. Era la primera vez que un participante cantaba el mismo tema dos veces sobre el escenario en lenguas diferentes.



Imagen 4. Massiel en Eurovisión 1968

La canción había sido compuesta por Manuel de la Calva y Ramón Arcusa, y la cantante fue escogida mientras se encontraba de gira por México tras la negativa de Joan Manel Serrat a interpretar el tema en catalán. Según las listas de ventas, *La, la, la* no logró el número uno en ningún país europeo, pero la noche del 6 de abril de 1968, en el Royal Albert Hall, consiguió imponerse por un punto al favorito del concurso: Cliff Richards y su *Congratulations*. El tema inglés consiguió ser número uno en seis países. Según un documental ofrecido por La Sexta en 1968, Massiel, ganó gracias a la compra de votos por parte del gobierno Español¹⁰. Esta información nunca ha sido desmentida por la UER, y Massiel y José María Iñigo, implicado en el reportaje, acusaron a la cadena privada de “urdir todo para favorecer a Chikilicuatre”, representante español del año 2008¹¹.

La polémica continúa envolviendo al festival en 1969. El teatro Real de Madrid es la sede que albergará el primer festival, y hasta ahora, el único celebrado en España. El artista Salvador Dalí será el encargado de realizar la imagen gráfica y la decoración del escenario. Será un festival surrealista. El principado de Linchestein muestra su interés en participar, hasta elige canción *Un beaumatín*; pero al no disponer de radiotelevisión pública al final no puede participar. Austria decide retirarse de la competición ya que el certamen se celebra, por primera vez, en un país no democrático, sino que vive bajo un régimen dictatorial. Algunos rumores apuntan a que varias delegaciones presionaron a España para que liberara a algunos presos políticos a cambio de acudir al festival y que finalmente el gobierno español aceptó. A día de hoy, no se han encontrado evidencias hemerográficas que confirmen este dato.

Tras las 16 canciones que participaron en el festival, se emitió el *interval act*, término utilizado por la EBU para designar aquellas actuaciones fuera de concurso que se desarrollan una vez han cantado todos los participantes y que sirve como puente para las posteriores votaciones. En esta ocasión, fue un corto cinematográfico titulado “La España diferente” que fue rodado en blanco y negro

¹⁰Montse Fernández: “TVE ‘compró’ los votos para que Massiel ganara Eurovisión. Hubo tongo”(3 mayo 2008) Recuperado el 20 de febrero de 2015 en <http://www.formulatv.com/noticias/7472>

¹¹Massiel e Iñigo acusan a La Sexta de “urdir todo para favorecer a Chikilicuatre” (5 mayo 2008) Recuperado el 20 de febrero de 2015 en <http://www.elmundo.es/elmundo/2008/05/05/television/1210021065.html>

y tenía un duración de cinco minutos. La película mostraba a partir de los 4 elementos de la naturaleza, (agua, aire, tierra y fuego) diferentes estampas del país. Una oportunidad que los organizadores del festival aprovechan para alejarse del tópico de la flamenca y el toro y atraer el turismo, que ya a finales de los 60 se había convertido una incipiente fuente de ingresos.

El momento más peculiar de la noche tuvo lugar tras la última votación. Por primera vez, cuatro países empataban en primera posición: España, Holanda, el Reino Unido y Francia se alzaban con el trofeo. La presentadora, Laurita Valenzuela, definió la situación en directo como “un inesperado final” y preguntó al productor ejecutivo de la UER, encargado de supervisar los votos, “Qué hago con el premio, ¿lo doy?”¹². Finalmente se entregaron 4 medallas a las 4 vencedoras, todas ellas mujeres solistas. La lista de ganadoras de aquella noche la forman, la española Salomé, la británica Lulu, la holandesa LennyKuhr y Frida Boccara, una cantante de origen magrebí afincada en Francia.



Imagen 5. Ganadoras de Eurovisión 1969 junto a Massiel en el Teatro Real

Tras el cuádruple empate la UER tomó medidas para evitar los empates. En caso de que dos canciones quedaran ganadoras, volverían a actuar y los jurados elegirían entre los dos temas. Esta norma se modificó años más tarde y se utilizaría en 1991, cuando Suecia y Francia ocuparon la primera posición de la lista.

¹²*Eurovision Song Contest 1969* (s.f) Recupera el 30 de marzo de 2015 en https://www.youtube.com/watch?v=-LVAY_YIOls

La sede del próximo festival se decide con una moneda a cara o cruz¹³ y el encargado de organizar Eurovisión son los Países Bajos. La edición de 1970 marca un punto de inflexión en el festival tras lo que algunos países apuntan como un “escándalo en las votaciones”. Filandria, Noruega, Suecia y, Portugal deciden retirarse de la competición y por segundo año consecutivo, el número de participantes baja. El concurso llega por primera vez a la URSS y a Brasil a pesar de la tensa situación que vive.

La baja participación obliga a la televisión holandesa a cambiar el formato del concurso para llenar minutos de pantalla. Se opta por un esquema muy similar al actual. Por primera vez se realiza un número introductorio para presentar al país que acoge el festival, y cada participante es presentado a la audiencia a través de una “postal”. Una pequeña grabación en la que se ve a los cantantes que van a salir al escenario en diferentes acciones, una fórmula para acercar al gran público los concursantes. En 1970, gana por primera vez Irlanda, el país con más victorias hasta la fecha del festival de Eurovisión. El triunfo llega con Dana y su canción *All kinds of everything*.

Al año siguiente, El bloque nórdico, junto a Portugal y Austria, regresan a la competición. También, debuta Malta, que quedará en última posición como ya le pasó a Portugal en 1964. En un intento de buscar nuevas fórmulas para el concurso, la UER admite hasta seis personas en el escenario. Una norma que sigue vigor hoy en día y que permitió la actuación de bandas como grupos como Bravo o D’Nash, representantes españoles en 1984 y 2007 respectivamente.

Al año siguiente, El festival es retransmitido en directo en gran parte de Asia. Japón, Taiwán, Filipinas, Hong- Kong y Tailandia pueden ver la competición. En el continente americano nace el Gran Premio de la Canción Iberoamericana, más conocido como OTI. Un certamen en el que también participará España, con gran éxito, y que surge inspirado en el formato de Eurovisión. Este formato desaparecerá en el año 2000 y su testigo será recogido por el festival de Viña del Mar.

¹³ 1969 - *Why The Netherlands should be the winner!* (1 abril 1992) Recuperado el 14 de abril de 2015 en http://www.eurovision.tv/page/news?id=1969_-_why_the_netherlands_should_be_the_winner

Las fronteras Eurovisión se van ampliando y no sólo en cuanto al número de espectadores y concursos similares, sino también en relación a los participantes. La edición de 1973 acoge al primer país no europeo en competir por el triunfo. Es Israel, miembro de pleno derecho de EBU al formar parte de la red y tener televisión y radio pública. El país se presenta, rodeado de mucha seguridad, con la cantante Ilanit y el tema *Ey Sham* que consigue un cuarto puesto. Según el periodista británico Terry Wogan, y el escritor e investigador John O'Connor, debido al miedo a un ataque terrorista la organización del festival ordenó a los asistentes a que, tras las actuaciones, aplaudieran sentados, ya que en el caso contrario podrían ser disparados por uno de los por las fuerzas de seguridad que se encontraban en el Grand Théâtre de Luxemburgo, sede del festival ese año.

Por primera vez el festival también cuenta con mujeres para dirigir la Orquesta. En 1973, Monica Dominique será la directora de Suecia, y Nurit Hirsh la de Israel. Esta última repetirá la experiencia en 1979. Sólo una mujer más, la cantante americana Anita Kerrdirigirá la orquesta en otra ocasión (Suiza 1985).

En la edición, la de 1973, también se modifica la norma por la que cada país debe de cantar en su lengua natal. A pesar del cambio, gana Luxemburgo con un tema francés, *Tu te reconnaîtras*, interpretado por Anne-Marie David.

En 1974, debuta Grecia, aunque ese año será recordado por la victoria de ABBA. El cuarteto sueco había intentado representar a su país el año anterior con el tema *Ring, ring*, pero no habían logrado clasificarse para Eurovisión. Inspirados por el glam-rock que estaba surgiendo en Inglaterra, Benny, Björn Ulvaeus, Agnetha y Anni-Fridlo intentaron de nuevo con Waterloo. La audiencia Sueca apoyó su propuesta, en el Melodifestivalen, la preselección nacional, y Europa cayó rendido a sus pies otorgándoles la victoria. El grupo superaba a Gigliola Cinquetti que volvía al festival con la canción *Sì*. No era la primera vez que una ganadora volvía a representar a su país en Eurovisión. Lys Assia vencedora de la primera edición por Suiza, volvió a concursar por el estado helvético en 1957, un año después de su triunfo. En esta segunda participación quedó en penúltimo lugar. En Italia, Domenico Modugno, se había presentado en dos ocasiones consecutivas, en 1958 y 1959 y en España sucede lo mismo con Raphael, representante en 1966 y 1967.

Waterloo fue escrita en diciembre de 1973 y su título original era *Honey Pie*¹⁴. La letra habla sobre como una chica se tienen que rendir a un romance del mismo modo que lo hizo Napoleón en la Batalla de Waterloo. Los nuevos tiempos, encarnados por plataformas cinturones años y peinados afro, se imponían a la vieja Europa con un tema que fue número uno en nueve países Europeos y que se coló en las listas australianas y norteamericanas. El single vendió unas seis millones de copias y el psicólogo y musicólogo Harry Witchel, de la universidad de Bristol ha definido el tema como la “quinta esencia” de las canciones de Eurovisión¹⁵. En el 50 aniversario del certamen, *Waterloo* fue elegida por los telespectadores como la mejor canción de Eurovisión de todos los tiempos¹⁶.



Imagen 6. Abba en Eurovision 1974

Tras el éxito de ABBA, el año 1975 trae consigo el sistema definitivo de votos. Cada país dispone respectivamente de uno, dos, tres, cuatro, cinco, seis, siete, ocho, diez y doce puntos que otorga al resto de participante, según los criterios de su jurado. Ese año debuta Turquía y la polémica llega de la mano de Portugal. Su tema *Madrugada*, defendido por Duarte Mendes, hace referencia de una forma velada a la revolución de los claveles que ha acabado con el régimen Salazar en el país luso. El cantante quería interpretar la canción vestido de

¹⁴*Sold a Song – Waterloo* (s.f) Recuperado el 23 de marzo de 2015 en <http://www.bbc.co.uk/radio2/soldonsong/songlibrary/waterloo.shtml>

¹⁵*Waterloo named best ever Eurovision song* (1 julio 2005) Recuperado el 24 de marzo de 2015 en <http://www.manchestereveningnews.co.uk/whats-on/music/waterloo-named-best-ever-eurovision-1069890>

¹⁶*Abba win 'Eurovision 50th' vote* (23 octubre 2005) Recuperado el 24 de marzo de 2015 <http://news.bbc.co.uk/2/hi/entertainment/4366574.stm>

militar, una puesta en escena que no permitió la UER. Finalmente Duarte salió a escena con un clavel rojo en la solapa. La canción consigue una decimosexta posición con sólo 16 puntos. Los únicos países en votarla son Francia y Turquía, que le da sus 12 puntos.

Dos años más tarde, Austria también decide innovar en la puesta en escena. El grupo Schmetterlinge interpreta el tema *Boom Boom Boomerang*, una canción pop en inglés y alemán que es una crítica a la industria musical. Los cuatro chicos que forman el quinteto llevan caretas en las espaldas y un traje bicolor, la parte frontal blanca y la trasera negra. En el estribillo de la canción se dan la vuelta y representan a cuatro hombres de negocio con dinero en los bolsillos. A pesar de la innovadora propuesta, la canción queda en penúltima posición.

Es precisamente en 1977, cuando el festival está a punto de no celebrarse. Si en un primer momento el certamen está previsto para el 2 de abril, Eurovisión debe aplazarse hasta el 7 de mayo, debido a una huelga de los cámaras de la BBC, la televisión encargada de retransmitir el concurso desde Wembley Conference Centre en Londres. Debido a la huelga, por primera vez desde su instauración en 1970, los cantantes no son presentados por una postal, ya que no ha habido tiempo de grabarlas. Túnez muestra su interés en participar, pero en el último momento decide retirarse debido a la participación de Israel. Según O'Connor, "Turquía hubiera participado en 4 posición" (2007:68). A día de hoy, el país mediterráneo, sigue sin participar.

En esta edición también se decide volver a la norma primaria sobre el idioma de las canciones. Cada país deberá cantar en su lengua nativa, debido a la avalancha de temas en inglés. En 1977 tan sólo se les permite a Bélgica y a Alemania cantar en inglés, debido a que ambos países ya habían escogido sendos temas antes de que la UER se pronunciara sobre la nueva regla. Alemania participa con el tema *Telegram*, del grupo Silver Convention y consigue la sexta posición, mientras Bélgica quedará séptima con *A million in one, two, threede* Dream Express.

El año 1978 bate el record de participantes, hasta ese momento, con 20 delegaciones. Como novedad, por primera vez en la historia Eurovisión, el festival será conducido por dos presentadores, abandonando así el modelo de Construyendo Europa a través del entretenimiento: El festival de Eurovisión

conductor único que se había impuesto en las 22 ediciones anteriores. Noruega, consigue por quinta vez un *nul points* (0 puntos), algo muy extraño con el nuevo sistema de votaciones. Israel gana el festival con *A-Ba-Ni-Bi* y, siguiendo las normas del concurso, el festival viajará por primera vez fuera de Europa.

Jerusalén acogerá Eurovisión. El certamen tiene lugar el 31 de marzo de 1979, un noche en la que Israel revalidará su triunfo con la canción *Hallelujah*. En esta edición Turquía decide no participar debido a la presión que ejercen otros países de mayoría islámica.

El festival de 1980 empezó con dificultades desde un primer momento. Tras ganar por segunda vez consecutiva, Israel declina organizar el concurso, ya que la televisión pública, la IBA, no puede hacer frente a los costes. La UER empieza a contactar con varios países para hacerse cargo hasta que finalmente Holanda acepta la propuesta. Ese año Eurovisión se celebrará el 19 de abril, coincidiendo con la fiesta nacional de Israel, una fiesta en la que se conmemora a las víctimas que han servido al Estado y a las víctimas de terrorismo. Ante la fecha, el país ganador decide retirarse de la competición.

NOS, la cadena pública holandesa, reutilizará el escenario de 1976, última vez en la que se celebró el festival en los países Bajos, y reutilizará imágenes de la presentación y del *interval act*. Tampoco habrá postales de presentación y serán los profesionales de los diferentes países los que den paso a los participantes de cada delegación. Según los presupuestos publicados por la propia NOS, Holanda gastó 725,000 dólares en el proyecto (alrededor de unos 670.000 euros actuales).

En 1980 tiene lugar la única participación de Marruecos en el concurso con Samira Bensaïd, que canta el tema *Bitaqat Khub* en árabe. La propuesta queda en penúltima posición. Justo dos peldaños por detrás de Noruega que en esta ocasión se ha presentado reivindicando al pueblo Suomi, habitantes del norte de la península escandinava. Tras un año de ausencia retorna Turquía y, por primera vez, un australiano se alza con el premio. Es Johnny Logan con la canción *What's another year*, que representa a Irlanda. Johnny ganará el festival en tres ocasiones más, siempre por Irlanda. En 1982 lo hará como compositor e intérprete con *Hold me now* y en 1992 tan sólo como compositor

Construyendo Europa a través del entretenimiento: El festival de Eurovisión 35

de *Why me*. Sus triunfos le han llevado a ser conocido con el sobrenombre de Mr. Eurovision.



Imagen 7. Johnny Logan en Eurovision 1980

En la edición de 1981, encontramos la cuarta participación del trío Peter, Sue & Marc. Son los representantes de Suiza y en cada una de sus participaciones anteriores han cantado en un idioma diferente. En esta ocasión lo hacen en italiano con el tema *Io senza di te*, que queda en cuarta posición. Con esta actuación, el grupo representa a su totalidad los idiomas mayoritarios de los tres cantones suizos más el inglés, lengua que se impone desde la mitad de la década pasada. Así lo demuestra el tema ganador de ese año, *Making your mind up*, la canción de Reino Unido que interpretará los BuckFizz. La puesta en escena, en la que los dos cantantes del grupo arrancaban la falda a las dos vocalistas del grupo, es una de las imágenes icónicas del festival, aunque generó una cierta controversia entre el resto de participantes. La segunda clasificada, la alemana Lena Valaitis, se mostró sorprendida tras la decisión de los jurados, mientras que la cantante sueca Björn Skifs, décima en el curso, declaró a la prensa que Eurovisión no era un concurso de canciones sino un show, y deberían cambiar las reglas para que ella también pudiera cantar en inglés. La televisión francesa también se sumó a las críticas por la calidad de la canción¹⁷. Se había impuesto la puesta en escena a la calidad.

Grecia no participa en el festival de 1982, ya que el ministro de cultura del país, Eleftherios Veryvakis, considera que el de Themis Adamantidis *Sarantapente kopelies* no cumple los estándares para representar al país heleno. Finlandia se presenta con *Nuku pommiin*, cantada por Kojo, un tema en contra de las bombas

¹⁷Macken, U. (1981) Reprise *RTÉ GUIDE*, 24 abril, pág. 22

nucleares pero consiguen 0 puntos y la última posición de la noche. España, por su parte, decide llevar a cabo una declaración de intenciones. En pleno conflicto de las Malvinas, RTVE lleva a Harrogate, la localidad británica que acoge el festival ese año, un tango argentino. Ha sido una elección interna por parte del propio ente y Lucía interpretará *Él*, consiguiendo al final de la noche un décimo puesto.

Después de la victoria de Alemania de 1982, la televisión pública alemana (ARD) debe organizar el festival en 1983. Finalmente se decide presentar el certamen en tres idiomas, lo que provoca que el show, por primera vez en su historia, dure más de tres horas. En las posteriores ediciones, se intentará que no supere dicha duración para adaptarse a los ritmos televisivos. A pesar de que la gala supera los 180 minutos, Eurovisión se emite por primera vez en Australia, un país que mostrará su interés por el formato y que llegará a participar en la edición de 2015, con motivo del 60 aniversario concurso.

Desde hace algunos años, el espectáculo va ganando terreno a las canciones. En 1984, Suecia se impone al resto de participantes con un Herreys y el tema *Diggi-LooDiggi-Ley*, una canción acompañada de una simpática coreografía que ejecutan los tres cantantes masculinos, enfundados en pantalones blancos y botines dorados, ya que el tema habla precisamente de su calzado color oro. Ese año empiezan a formarse los primeros clubs de fans entorno al festival. Finlandia acogerá la primera de estas organizaciones, no oficiales que pronto se extenderán por toda la geografía Europea y mundial y es que se aproximan nuevos tiempos para festival.

3.1.2 “This is the new Europe calling” - La segunda mitad de 80 y los primeros 90: un nuevo mapa, un nuevo festival

Suecia es la encargada de organizar el trigésimo festival de Eurovisión, después de haber ganado en 1984. El país nórdico decide innovar en la estética del formato y apuesta por una estética más acorde con los nuevos tiempos y las nuevas formas de hacer televisión.

El lugar escogido para la celebración del certamen es el *Scandinavium*, un estadio situado en la ciudad de Goteburgo y con capacidad para más de 12.000 asistentes. Por primera vez, el concurso deja de celebrarse en un estudio o un teatro para poder acoger a más público entre sus asistentes. El escenario también cambia radicalmente, pues de los palcos rectangulares decorados con flores o esculturas se pasa a un novedoso diseño en el que predominan las formas triangulares, el color blanco y los diferentes niveles conseguidos a través de escaleras. Son aspectos a tener en cuenta, ya que permite una realización más moderna.

El rol del presentador también cambia. La encargada de conducir la velada será la cantante finlandesa Lill Lindfors, quien se mostrará mucho más desenvuelto que los profesionales que la han precedido en dicho cometido. Después del *interval act*, Lill simulará perder su falda al volver al escenario. Sin embargo, rápidamente conseguiría un nuevo traje al desabrocharse dos corchetes de la blusa. Todo es un número pactado pero sorprende a los asistentes que nunca habían visto algo así en festival¹⁸. No es el único momento espontáneo de la velada. Después de que se Noruega se hiciera con el triunfo, la presentadora les dice: “Honestamente estoy muy contenta de que esto sucediera ya que Noruega ha sido última tantas veces que verdaderamente os lo merecéis”¹⁹.

Durante el festival también aparece la primera ganadora de Eurovisión, Lys Assia, mientras la orquesta toca su tema *Refrain* y el público aplaude. Han pasado 30 años desde que la primera edición se celebrara en Lugano y el festival entra en una etapa marcada sobre todo por los cambios a nivel social, y geopolítico que se le avecinan al viejo continente.

En 1986, debuta Islandia, el único país de Europa Occidental que todavía no participa en Eurovisión. El motivo del retraso ha sido la falta de un satélite que conecte su señal televisiva con el resto de Europa²⁰. Es la primera vez que Noruega acoge el festival, y la noche del 3 de mayo, despliega todos sus

¹⁸LillLindfors - *WardrobeMalfunction* (29 marzo 2015) Recuperado el 30 de marzo de 2015 en <https://www.youtube.com/watch?v=aw8rOKHULuI>

¹⁹*EurovisionSongContest 1985* (22 diciembre 2010) Recuperado el 30 marzo 2015 en https://www.youtube.com/watch?v=cmNh_GYGxG4

²⁰*EurovisionSongContest 1986* (s.f) Recuperado el 30 de marzo 2015 en <http://www.eurovision.tv/page/history/by-year/contest?event=302>

recursos para darse a conocer al mundo. Las postales de presentación muestran la naturaleza del país y el teatro Grieg Hall de Bergen, sede del concurso, se convierte en un palacio de hielo, con una escenografía que emula a los grandes glaciales.

La polémica llega de la mano de la ganadora, Sandra Kim, consigue el primer triunfo de Bélgica con *J'aime la vie*. La cantante ha engañado a la organización afirmando que tiene 16 años, cuando en realidad tiene 13. Suiza, segunda clasificada pide que le retiren el premio, pero no es posible. Con la victoria de Bélgica en 1986, se cierra un círculo. Todos los países fundadores de Eurovisión, han ganado el concurso al menos una vez.

Sandra no es la única menor en participar en Eurovisión. El primero fue Jean Jeacques, quien en 1969 representó a Mónaco con tan sólo 12 años con un canto a su madre que llevaba por título *Maman, Maman*. El joven cantante consiguió un sexto puesto. Tres años después de la victoria de Bélgica, en 1989, Francia envía al concurso Nathalie Pâque, una niña de 11 que canta el tema *J'ai volé la vie* (Robé la vida). La canción logra alcanza la octava posición. Ese mismo año Israel opta por Gili Natanael, que con 12 años interpreta *Derekh Hamelekh*, pero que queda en penúltima posición. Tras las críticas por parte del resto de delegaciones, por la edad de ambos participantes, la UER prohíbe la participación de menores de 16 años en el concurso. Se desvincula así de los artistas infantiles hasta que en el año 2003, la EBU decide crear *Junior Eurovision Song Contest*, un certamen en el que la participación está limitada a niños y jóvenes que no hayan cumplido todavía los 16 años.

La edición de 1989, además de ser recordada por las edades de sus participantes también pasará a la memoria colectiva por la victoria de Yugoslavia con el grupo DIVA y la canción *Rock me*. El país, que acabará por fragmentarse en seis nuevos estados en 2003 (siete si se considera Kosovo), había debutado en el festival junto a España en el año 1961.

Cinco meses después de la victoria de la antigua Yugoslavia, se producirá la caída del muro de Berlín. El 9 de noviembre de 1989 cambia la historia del mundo, las fronteras de Europa comienzan a redefinirse y en consecuencia, Eurovisión.

Zagreb es la sede la escogida para dar la bienvenida a la década de los 90. La edición de ese año, podría recibir el sobrenombre del “festival de la reunificación de Europa”, ya que gran parte de las canciones hacen referencia a la nueva situación que está viviendo Europa. La canción de Noruega llevaba por título *Brandenburger Tor* (La puerta de Brandemburgo), la de Austria *Keine Mauern mehr* (Ninguna puerta más) y la de Irlanda *Somewhere in Europe* (En algún lugar de Europa). Sin embargo, la ganadora fue Italia, con Toto Cotugno y su *Insieme 1992*, una canción cuya letra aludía a la creación del mercado único en Europa que tendría lugar dos años después. Hasta la fecha, es el único festival en el que todos los países participantes son los mismos que el año anterior.

Son muchas las hipótesis que circulan sobre porqué la televisión pública italiana, RAI decidió trasladar la sede del festival de 1991 de San Remo a Roma. Mientras que la página web alemana *ecgermany*²¹ afirma que un caso de corrupción en la ciudad ligur forzó el desplazamiento del concurso, otras fuentes apuntan que los motivos fueron los conflictos latentes en Yugoslavia o la comodidad que representaba realizar el certamen en la capital italiana. Ni la UER ni la RAI han aclarado a día de hoy los motivos de dicho cambio.

Finalmente, el estudio 15 de Cinecittà acoge el trigésimo tercer festival de Eurovisión. el escenario se acaba de construir el mismo día en el que se celebra el concurso²² y los participantes deben hacer las pruebas de sonido mientras están acabando el decorado. Gigliolla Cinquetti y Tutto Cotugno, los dos únicos cantantes italianos que hasta el momento han ganado el festival, fueron los encargados de presentar el programa. Ambos fueron acusados de poco profesionales²³, sobre todo Cotugno, que no sabía pronunciar el nombre de los participantes.

Asistimos a la última participación de Yugoslavia en el festival. La colorista Baby Doll defenderá el tema *Brasil*, pero ni su estrambótica imagen ni su

²¹36. *EurovisionSongContest 1991* (s.f) Recuperado el 30 de marzo de 2015 en <http://www.ecgermany.de/archiv/1991esc.htm>

²²*EurovisionSongContest 1991* (s.f) Recuperado el 30 de marzo de 2015 en <http://www.eurovision.tv/page/history/by-year/contest?event=307>

²³*History: EurovisionSongContest 1991 in Rome* (s.f) Recuperado el 1 de abril de 2015 <http://escwebs.net/2012/06/11/history-eurovision-song-contest-1991-in-rome-part-12/>

coreografía le dan buenos resultados y queda en penúltima posición, con sólo un punto. Al otro lado de la clasificación, en lo más alto de la tabla, Suecia y Francia luchan por el primer puesto. Tras una votación muy ajustada, ambos países acaban con 149 puntos. Como en 1969, hay más de un ganador técnico, pero debido a una nueva norma introducida en 1989, Suecia se lleva el triunfo, con Carola y *Fångad av en stormvind* y es que, según la regla, en caso de empate gana quien reciba más 12 puntos.



Imagen 8. Carola ganadora de Eurovisión 1991

En esta edición, los Países Bajos deciden no participar ya que la fecha del concurso, el 4 de mayo, coincide con el día de la conmemoración de la desocupación nazi durante la Segunda Guerra Mundial. En su lugar participa Malta, que queda en sexto lugar.

Ante la aparición de nuevos países europeos, y su interés en participar en el festival, la UER deberá tomar medidas para acotar el número de delegaciones que pueden formar parte del concurso. Los nuevos estados ven en el festival una oportunidad para darse a conocer al resto de sus vecinos. Tres minutos en los que los ojos de toda Europa, y parte, del extranjero, estarán puestos en propuesta. Del mismo modo que la competición en si es un juego en el que podrán batirse con países como Francia o Inglaterra, que gozan de una tradición sólida dentro del continente.

En 1993, se realiza por primera vez una semifinal, tras la insistencia de la nueva Europa del este. Lleva por título *Kvalifikacija za Millstreet* y se celebra el 3 de abril en Liubliana, la capital de Eslovenia. En el concurso participan ocho países y se clasifican Bosnia y Herzegovina, Eslovenia y Croacia. Por el contrario,

Hungría, Eslovaquia, Rumanía y Estonia deberán retrasar su debut en Eurovisión.

La participación de Bosnia, suscitó una gran expectación entre la prensa, que la dio por vencedora debido al voto de simpatía²⁴. En plena guerra civil, el país se presentó con *Sva Bol Svijeta* (Todo el dolor del mundo), un tema que gira en torno al conflicto bélico que se estaba produciendo en ese momento. La canción quedó en decimosexta posición y tan sólo recibió los 12 puntos de Turquía. Italia, Bélgica, Malta, Francia e Irlanda tan sólo le dieron puntuaciones menores.

El festival de ese año batió record de participantes, con 25 países, y se celebró en la pequeña localidad irlandesa de Millstreet. Tras su victoria en Malmö en 1992, Irlanda volvía a ganar con *In your eyes*, una balada interpretada por Niamh Kavanagh. Comenzaba una racha de buena suerte para el país ya que, al final de la década, todavía vencería dos veces más. Irlanda es el país que en más ocasiones ha ganado Eurovisión hasta la fecha con un total de siete veces. Le sigue Suecia con seis triunfos.

En 1994, ante la dificultad de gestionar las peticiones de tantos estados interesados, la UER crea la *relegation rule*, una norma por la cual los cinco países peor clasificados en el concurso de este año deberán abandonar la competición al año siguiente y regresar cuando cinco nuevos países sean descalificados. Ese año debuta Polonia que, a pesar de la polémica consigue una segunda posición con Edyta Górniak y el tema *To nie ja!*. La cantante decide saltarse la norma por la que cada país debe cantar en su lengua nativa durante el ensayo general, ensayo que los jurados utilizan para valorar las canciones, e interpretarla en inglés. Seis delegaciones se quejan ante la irregularidad, pero no logran descalificar la propuesta polaca porque el reglamento de la UER obliga a que la disconformidad esté secundada como mínimo 13 países²⁵.

Por primera vez las votaciones se hacen vía satélite y no por teléfono como se venía realizando desde 1957. El festival de 1994 trae consigo la tercera victoria consecutiva de Irlanda, algo que no había pasado nunca antes y que hasta el

²⁴*Nulpoints – 1993* (s.f) Recuperado el 5 de abril de 2015 en <http://nulpoints.150m.com/1993.htm>

²⁵*Eurovision Song Contest 1994- Facts* (s.f) Recuperado el 4 de abril de 2015 en <http://www.eurovision-contest.eu/news-archive/1994-eurovision-song-contest-facts>
Construyendo Europa a través del entretenimiento: El festival de Eurovisión

momento no se ha vuelto a repetir. La televisión pública irlandesa, la RTE (*Raidió Teilifís Éirean*) volverá a organizar el festival en Dublín, repitiendo sede, algo que tampoco había ocurrido nunca.

En 1995, la UER decide reducir el número de participantes de 25 a 23 para controlar mejor los tiempos de la gala y asegurar que no exceda las tres horas de duración. En esta edición se rompe la racha de victorias de Irlanda, al ganar Noruega con *Nocturne*, un tema prácticamente instrumental en su totalidad (tan sólo contiene 24 palabras) interpretado por el dúo Secret Garden. Pero, aunque, Irlanda no ha ganado, la violinista de la formación, Rolf Løvland, es irlandesa.

En el año siguiente, aparece por primera vez un escenario virtual en la historia de Eurovisión. La tecnología va ganando terreno en los espectáculos televisivos y el show así lo demuestra. La organización del festival también opta por un nuevo sistema para elegir a los participantes: la ronda de prec-clasificación *audio-only*²⁶. Todos los países se ven obligados a pasar por este corte que no fue televisado y que consistía en la audición, por parte de cada jefe de delegación, de los temas que participaban en el festival. El responsable de cada ente público enviaba sus votos a la UER para que seleccionara las 23 propuestas con mayor número de puntos. La lista de la clasificación final se hizo pública una vez finalizado el concurso²⁷. Según los pronósticos de aquella primera votación debería de haber ganado Suecia con *Den vilda* y no Irlanda con el tema *The voice*, una canción de corte folk muy similar al *Nocturne* de Secret Garden.

Este tipo de selección tan sólo duró un año y pues la tecnología permitiría en 1997 un nuevo sistema de votaciones que abriría la puerta a la interactividad. El festival se preparaba para entrar en una nueva era en la que el público, hasta ahora mero espectador, jugaría un papel decisivo.

²⁶*Eurovision Song Contest 1996* (s.f) Recuperado el 4 de abril de 2015 en <http://www.eurovision.tv/page/history/by-year/contest?event=311>

²⁷*Eurovision 1996 pre-qualification results* (s.f) Recuperado el 4 de abril de 2015 en <http://www.esc-history.com/semilist.asp?search=1996>

3.1.3 “Europe, start voting now” – El festival a partir de 1997 y la explosión de internet

Después de una época convulsa para Europa, los organizadores del festival de Eurovisión deciden dar más protagonismo a los telespectadores. Llevan un lustro buscando nuevas fórmulas para dar cabida a todos los países que tras su independencia quieren participar en el único concurso pan-europeo de música que retransmite la televisión. Además, el prestigio del festival ha decaído en gran parte de la vieja Europa, que asiste incrédula a un concurso cuya fórmula está caduca tras más de 40 años en activo. Por estos dos motivos la UER decide darle un giro al show. Deja a un lado las preselecciones y las relegaciones. A partir de 1997, los cinco países que tengan la peor media de votos desde 1993 serán eliminados de la competición y deberán esperar a participar en años sucesivos. Anteriormente, en 1995 se había propuesto una normal similar pero en aquella ocasión hacía referencia a los cinco países peor clasificados ese año, las medias de ediciones anteriores no entraban en juego. Con este nuevo sistema se pretende garantizar una mayor competitividad y calidad entre las propuestas que se presentan al certamen.

La norma no es la única novedad, la Unión Europea de Radiodifusión acepta la opción del televoto²⁸. A partir de ese momento los telespectadores podrán elegir desde casa quien quiere sean los ganadores. Se elimina así la figura del jurado, aunque se hará de forma paulatina, hasta su recuperación en el año 2009. Los primeros que optan por este nuevo mecanismo, ya que su tecnología se lo permite, son el Reino Unido (ganador del concurso con *Love shine a light* de Katerina and the Waves), Suecia, Austria, Suiza y Alemania



Imagen 9. Katerina and the Waves tras ganar Eurovisión 1997

²⁸1997: *Sin favoritismo alguno, Marcos Llunas sexto, con Sin rencor* (sf) Recuperado el 5 de abril de 2015 en <http://www.eurovision-spain.com/iphp/noticia.php?numero=5707>

Al año siguiente, en 1998 y tras el éxito que ha cosechado el televoto en los países que lo han utilizado, la UER propone que todos los países participantes opten por esta opción para dar sus resultados. Sólo en caso de que la conexión telefónica en el país no se pueda llevar a cabo con un corte en la red, las diferentes delegaciones podrán utilizar un jurado.

Una de las polémicas de la noche estuvo protagonizada el televoto español, que dio 12 puntos a Israel y 10 a Noruega. Una vez finalizado el festival TVE anunció un error en sus puntuaciones ya que el 12 debería haber sido para Alemania a la que no dio ningún punto. La EBU corrigió lo sucedió y actualizó los datos que subieron al país teutón hasta la 10 posición²⁹.

Sin embargo, el momento que más expectación levantó de la noche fue la actuación y posterior victoria de Israel. 20 años tras su primer triunfo, volvían a ocupar el primer lugar en las votaciones con una propuesta arriesgada. Dana Internacional se alzaba con el trofeo tras su interpretación de *Diva*. Las semanas previas al festival la cantante había llamado la atención de la prensa al ser la primera mujer transexual en actuar en Eurovisión. La comunidad judía ortodoxa mostró su rechazo a que Dana se presentara a Eurovisión³⁰. Tras el éxito cosechado en Birmingham, la cantante israelí fue recibida en el aeropuerto de Tel Aviv entre vítores y banderas y día de hoy, Dana Internacional se ha convertido en un icono para la comunidad LGBT.

Ese mismo año y tras la retirada de Italia a mitad de los 90 por falta de interés en el formato, La UER crea el *BIG 4*³¹. Francia, Alemania Reino Unido y España no podrán ser nunca eliminados de la competición, ya que son los más dinero aportan a la Unión Europea de Radiodifusión. Este número de países protegidos se ampliará a *BIG 5*³², tras el regreso de Italia en 2011, que se había retirado de la competición en 1997, ya que según el periodista y político italiano Ettore Andenna, la RAI no estaba interesada en el festival y querría ganar el festival

²⁹*EurovisionSongContest 1998* (s.f) Recuperado el 10 de abril de 2015 en <http://www.eurovision.tv/page/history/by-year/contest?event=313>

³⁰*Transsexualsingerstirs up passions* (10 mayo 1998) Recuperado el 11 de abril de 2015 en http://news.bbc.co.uk/2/hi/special_report/1998/05/98/eurovision/90279.stm

³¹*Eurovisionformat* (s.f) Recuperado el 10 de abril de 2015 en <http://www.whollwin.com/eurovision/format.php>

³²*Reader's Editorial: The Big 5 Issue* (29 junio 2012) Recuperado el 10 de abril de 2015 en <https://eurovisiontimes.wordpress.com/2012/06/29/readers-editorial-the-big-5-issue/>

“ya que eso significará tener que organizarlo el año próximo, y no había voluntad de invertir”³³. La norma siempre ha estado envuelta en polémica y en algunos casos ha servido como justificación a las pobres calificaciones que han conseguido algunos de estos países en la década de los 2.000

A pesar de estar pasando una situación delicada a nivel económico, televisión pública israelí se encarga de organizar el festival de 1999. El escenario representará la vía láctea con un sol que lo envuelve todo y las postales estarán dedicadas a temas bíblicos, una propuesta esta última que contrasta notablemente con las postales realizadas en años anteriores. En esa misma edición, la UER decide que la orquesta será un elemento opcional, lo que representa una ventaja para la televisión organizadora.

El auge de la música electrónica y el *eurodance* determina que cada vez sean más los cantantes que acudenn al certamen con sus bases pregrabadas aunque las normas obligan a que los coros sean en directo (una regla que sigue vigente a día de hoy). Sin embargo, esta opción se remonta a varias décadas atrás. El primero en prescindir de los músicos fue el grupo Matia Bazar, representante de Italia en 1979. En 1994, la canción *Rock and Roll Kids* de Paul Harrington y Charlie McGettigan dio la Victoria a Irlanda sólo con un piano y una guitarra. La UER acabará prescindiendo de la orquesta al año siguiente, en el 2000. La propuesta levanta las iras de los más puristas, como el compositor, cantante y tres veces ganador de Eurovisión Johnny Logan que, según O'Connor llega a afirmar que Eurovisión se ha convertido en un “concurso de karaoke”.

En 1999 se elimina la norma en la que cada país debe cantar en su propio idioma. Esta actualización del reglamento provocará que en la década sucesiva se produzca una avalancha de canciones ganadoras en inglés. Ya en el año 1999 y aprovechando la nueva normativa, vence Suecia con Charlotte Pirelli y su canción *Take me to your heaven*.

³³ *Intervista a Ettore Andenna* (s.f) Recuperado el 29 de mayo de 2015 en http://www.giochisenzafrontiere.net/intervista_andenna02.htm
Construyendo Europa a través del entretenimiento: El festival de Eurovisión

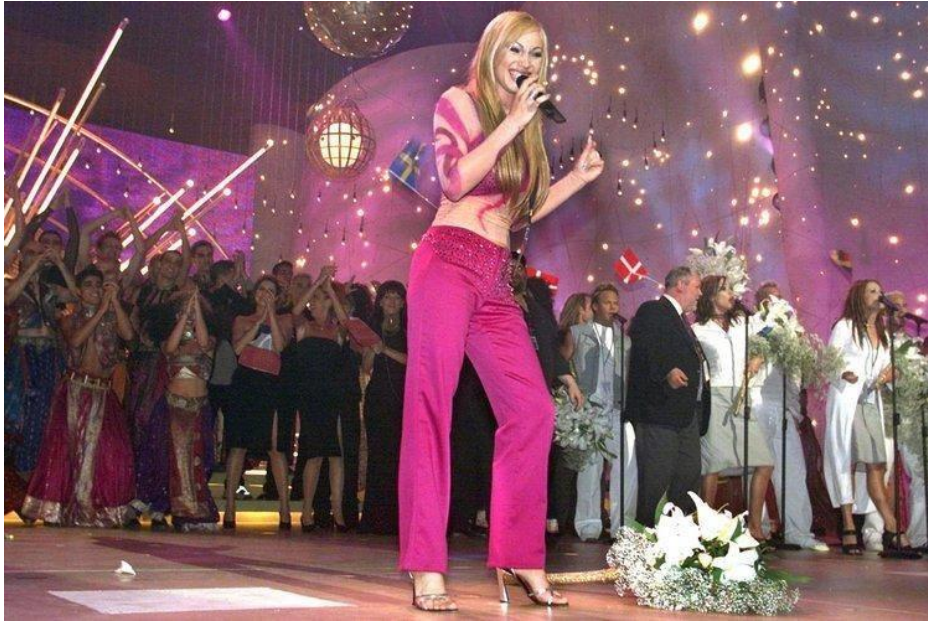


Imagen 10. Charlotte Persson tras proclamarse ganadora de Eurovisión 1999

La televisión Sueca es la encargada de organizar el festival en el año 2000 y lo hace por todo lo grande. La noche del 13 de mayo, el *Globe Arena* de Estocolmo, acoge a 13 mil espectadores. Por primera gran parte del público presencia el espectáculo de pie. Con el nuevo milenio se eliminan los corsés de décadas anteriores y desde la realización se busca representar un macro-concierto. Los eurofans empiezan a ocupar las primeras filas y si hasta el momento todo era silencio y aplausos, ahora el público aparece animado envuelto en un aire festivo. Letonia debuta en el festival, consiguiendo un tercer puesto con la canción *My star*. Era la última república báltica que faltaba por participar en el concurso.

Desde la organización de Eurovisión se lanza el primer CD oficial con todos los temas que conformarán el concurso ese año. Es la primera vez que la UER apuesta por el *merchandising*. Hasta entonces, la promoción de las canciones corría a cargo de las casas discográficas que representaban a cada participante. Ahora el espectáculo en conjunto es vendido como un todo: un disco para revivir la competición cuantas veces quieras en tu casa. Desde el 2000, se ha publicado anualmente el disco con los temas de Eurovisión.

Los Países Bajos pierden la conexión con Estocolmo durante la retransmisión del festival, un hecho que provoca que la delegación holandesa deba recurrir al

Construyendo Europa a través del entretenimiento: El festival de Eurovisión

jurado y no al televoto ya que no se han podido ver todas las canciones. Sin embargo, esta no es el único elemento de controversia durante la noche. Israel, con el grupo Ping Pong y la canción *Be Happy*, regala a los telespectadores el primer beso gay sobre el escenario de Eurovisión³⁴. El gesto pasa de desapercibido y es los cuatro jóvenes han preparado algo mucho más sorprendente al para el final de su actuación. Mientras el público aplaude ellos agitan las banderas de Israel y Siria pidiendo la paz entre ambas naciones.

Rusia, a pesar de lograr un segundo puesto, su mejor clasificación hasta el momento, se muestra desconforme con los resultados finales del concurso y pide que se descalifiquen a los ganadores. Los daneses Olson Brothers han utilizado un efecto *rever* en los coros para conseguir un efecto metálico de la voz. La organización no cede y Dinamarca se hace con la victoria.

Si en el año 2000 Eurovisión se celebró ante 13.000 asistentes, los daneses deciden organizarlo en estadio de fútbol Telia Parken, un recinto al que acudirán 35.000 personas. Hasta la fecha ha sido el edificio con mayor capacidad y el festival con más asistentes.

Desde la televisión pública de Dinamarca se decide seguir con el estilo propuesto por los organizadores del año anterior, el ente sueco, SVT, y se realiza un festival mucho más desenfadado. El logotipo minimalista, el escenario con círculos de colores y la realización dan como resultado un gran show, a pesar de la que la cadena no está pasando por su mejor momento financiero.

En 2001, gana por primera vez una república ex soviética. Contra todo pronóstico, Estonia se alza con la victoria gracias a 2XL y su canción *Everybody*. El dúo está formado por el estonio Tanel Padar, y por Dave Benton, cantante de origen arubeño con nacionalidad estonia. Es también la primera vez que un cantante negro consigue un primer puesto. La participación de intérpretes negros se remonta a la década de los 60, cuando en 1966 los Países Bajos fueron representados por Milly Scott y obtuvieron un 15 puesto. Será, sin embargo, a partir los 90, cuando este colectivo quede notablemente representado sobre el

³⁴*Eurovision 2000 01 Israel *PingPong* *Sameyakh** (s.f) Recuperado el 12 de abril de 2015 en <https://www.youtube.com/watch?v=3uNfhj66GOo>

escenario, llegando a contar con hasta 4 participantes de origen afro europeos en la edición de 1998.



Imagen 11. 2XL por Estonia durante su actuación en Eurovisión 2001

Los tiempos están cambiando y la televisión también. El 22 de octubre de 2001, se estrena en TVE Operación Triunfo (OT), su éxito es tal que la fórmula se vende a otros países de todo el mundo. Los concursos de talentos musicales empiezan a proliferar en las parrillas. Puede parecer un dato colateral, pero a partir del año siguiente programas como *X Factor*, *Idols*, *Star Academy* o *The Voice*, proporcionarán a Eurovisión un buen número de concursantes que gozarán de una gran popularidad en su país de origen. Como por ejemplo, la representante española de 2002, Rosa López, ganadora de la primera edición de OT³⁵. La cantante con su *Europe's living a celebration* logrará aglutinar delante del televisor a más de 12 millones de telespectadores³⁶, convirtiendo su actuación en el momento no deportivo más visto de la historia de la televisión. Tal y como muestra la tabla A.2, la emisión del festival de 2002 desde Talín, superó el 80% de share en España. Rosa tan sólo conseguirá un séptimo puesto.

Esta nueva fórmula para elegir a los representantes expande el festival en el calendario. Desde ahora y durante semanas, los telespectadores pueden conocer cuáles son sus posibles candidatos y, a diferencia de otras preselecciones realizadas con anterioridad, las nuevas fórmulas, que incluyen parte de reality-

³⁵ Rosa, Bisbal y Bustamante ganan la final de 'Operación Triunfo' (12 febrero 2002)

Recuperado el 12 de abril de 2015 en

http://elpais.com/diario/2002/02/12/radiotv/1013468408_850215.html

³⁶ *El Festival de Eurovisión, lo más visto de los últimos seis años* (25 mayo 2008) Recuperado el 12 de abril de 2015 en <http://www.vertele.com/noticias/el-festival-de-eurovision-lo-mas-visto-de-los-ultimos-seis-anos/>

show, muestran la vida personal y la evolución de los cantantes. El camino a Eurovisión empieza a ser parte del concurso.

Además, el incipiente auge de internet y de la web 2.0 permite que los seguidores del festival puedan saber en cada momento qué está pasando en el resto de países, cuales son los favoritos para representar a cada nación, cómo son los temas y sus posibles puestas en escena. Se crea una red paralela a la de los grandes medios generalistas, formada por seguidores acérrimos del festival que a su vez comparten y generan contenido (eurofans). La UER, atenta a los movimientos en la red, registra en 2002, la web oficial del concurso *eurovision.tv*, una página con noticias sobre los participantes, el festival y en la que se puede seguir la gala en streaming. Se acabaron las fronteras para los telespectadores de Eurovisión.

Siguiendo las estrategias de marketing iniciadas el año anterior, los organizadores del festival deciden trabajar todo el concepto del show bajo un lema. En esta ocasión es *Modern Fairy Tale* y bajo este eslogan girará tanto la escenografía como toda la imagen corporativa. Este hábito se mantendrá hasta la actualidad para convertir el certamen en una experiencia que cambia año tras año. Una fórmula para reinventarse en cada ocasión y evitar un show monótono y repetitivo.

En 2002, vuelve a ganar otra república báltica en este caso Letonia, con Marie N y la canción *I wanna*. El país llega a la competición tras la renuncia de Portugal. Es la primera vez que un país repescado gana el festival. Como ya pasó en 1981, con el grupo inglés Bucks Fizz, la puesta en escena juega un papel determinante para entender la victoria de Marie. A pesar de no partir como favorita, la cantante sorprendió a público y jurado al cambiarse completamente de ropa durante la actuación. Empezó vestida con un traje pantalón blanco de corte masculino para acabar luciendo un vestido de noche de color rosa³⁷.

El festival se volvía a quedar en el báltico en 2003, un año en que por primera vez en su historia el Reino Unido, con dúo Jemini, y su tema *Cry baby*, recibe 0

³⁷*Eurovision 2002 - Latvia - Marie N - I wanna* - (8 junio 2012) Recuperado el 12 de abril en https://www.youtube.com/watch?v=_B68kYxcea8

puntos. Por el contrario, Bélgica consigue su mejor resultado de los últimos años, una segunda posición con *Sanomi*, escrita en un idioma inventado³⁸

El escándalo llega desde Rusia, que se presenta con el dúo t.A.T.u. Las dos jóvenes intérpretes son ya conocidas en Europa por sus atrevidas declaraciones y puestas en escena y por su tema *All the things she said*. En sus apariciones, las dos cantantes salen a escena vestidas de colegialas y afirman ser lesbianas. Durante la semana de ensayos, incumplen los horarios designados para la delegación rusa y declaran a la prensa que durante su actuación ambas se besarán sobre el escenario de Eurovisión. El beso nunca llegó, pero consiguieron una tercera posición con *Ne ver', ne boisia*. La ganadora de aquel año fue Turquía, con Sertab Erener y *Everyway that I can*, un tema en el que se entremezcla el pop con los sonidos árabes. El país está que intenta entrar en la Unión Europea acogerá el festival.



Imagen 12. Sertab Erener durante su actuación en Eurovisión 2003

Ante el elevado número de países que quieren participar, La UER decide ampliar el evento a dos galas en 2004: una semifinal que se celebra el jueves, y una final que tiene lugar el sábado de la misma semana. Los países que tienen el pase asegurado al a final son los miembros del BIG 4 (ya que Italia no participa) y los 10 restantes que consiguieron las mejores posiciones el año anterior. El resto de delegaciones tendrán que quedar entre las nueve primeras si quieren

³⁸ *Urban Trad - Sanomi* (8 mayo 2006) Recuperado el 13 de abril en <https://www.youtube.com/watch?v=RRQlsvWMWBo>
Construyendo Europa a través del entretenimiento: El festival de Eurovisión

formar parte del show final. En cuanto al marketing y la difusión del certamen, además del CD, este año sale al a venta el DVD del show por primera vez. Los eurofans no sólo podrán escuchar las canciones, sino que podrán ver las actuaciones y todo el proceso de votación. La victoria viene precedida de polémica. La guerrera Ruslana y su tema *Wild Dances* dan la victoria a Ucrania. Es la gran favorita del concurso, ya que en los meses previos al festival, ha realizado una gran gira por diez países europeos para dar a conocer su tema³⁹. Es la primera vez que un representante promociona su canción fuera de las fronteras nacionales antes de la final, una actividad que se convertirá en habitual en las ediciones futuras del concurso.

El festival sigue sin cambios hasta el año 2006, cuando EBU decide que para ahorrar tiempo en la final los países tan sólo den los votos a partir de los ocho puntos. Del uno al siete se suman automáticamente en el marcador cuando el presentador conecta con cada país.

El festival de 2007 se celebra en Helsinki. Un año antes, el grupo Lordi, formado por 5 integrantes disfrazados de monstruos, había dado el primer triunfo a Finlandia con su tema roquero *Hard Rock Aleluya*. El escenario de ese año tiene forma de Kantele, instrumento típico finlandés, y el festival cuenta con un invitado muy especial, Santa Claus, que vive en la región norte del país. El show se graba en alta definición y el Reino Unido y Suecia lo emiten con tal calidad. Tras una década, el sistema de televotos se ha asentado entre la población y en la edición de ese año, reciben nueve millones de mensajes y llamadas de toda Europa⁴⁰. El sistema de votación llega hasta el parlamento británico y el rotativo sueco *Expressen* llega a hablar sobre un sentimiento de tristeza en relación al voto en bloque y las reacciones de muchos países del este⁴¹. Ese año la victoria es para Serbia, un país que debuta en solitario ese mismo año en el festival. Marija Šerifović se alza con la primera posición gracias a su *Moltiva* (Pregaria) una balada en la que aboga por la tolerancia y la libertad de la mujer.

³⁹ Ruslana's diki tantsy video, details about the shooting (s.f) Recuperado el 13 de abril en

⁴⁰ 2007 Fact no.3 (s.f) Recuperado el 15 de abril en <http://60th.eurovision.tv/00s>

⁴¹ *The end of a decade: Helsinki 2007* (s.f) Recuperado el 15 de abril en http://www.eurovision.tv/page/news?id=the_end_of_a_decade_helsinki_2007

En 2008, el show se amplía y para que las 42 delegaciones, récord histórico, puedan participar, la UER decide optar por dos semifinales. Sólo los miembros del BIG 4 tendrán garantizado el pase a la final. El resto de países deberán competir en dos semifinales y deberán quedar entre los diez primeros de la tabla si quieren pasar formar parte del concurso. Al igual que se hace en 2003, las votaciones de las semifinales se guardan en secreto hasta que ha acabado el certamen para no restarle emoción a la competición. El orden de los clasificados también se anuncia al público de forma aleatoria. En esta edición Dima Bilán, da la victoria a Rusia, con su tema *Believe*, y Ucrania, queda segunda por segundo año consecutivo. En su breve historia en el festival (debuta en 2003) la ex república soviética ha conseguido un primer puesto y dos segundos. El festival se celebra el 24 de mayo, la misma fecha en la que hace 52 años comenzó Eurovisión en Lugano.



Imagen 13. Rusia gana finalmente Eurovisión en 2008 con Dima Bilan

La tecnología sigue teniendo un gran peso estos años en Eurovisión. En Moscú 2009, los organizadores utilizan un tercio de las pantallas de leds que hay en ese momento en el mundo⁴². Por el contrario, en 2010, la televisión noruega, encargada de organizar el festival, no utiliza ningún dispositivo de este tipo, pues su objetivo es que el festival regrese a sus orígenes. La principal novedad

⁴²60 years of Eurovision, looking back at the highlights... (26 abril 2015) Recuperado el 26 de abril de 2015 en <http://www.sbs.com.au/programs/eurovision/article/2015/04/22/its-60-years-eurovision-looking-back-highlights>

llega en el guión de la final. Por primera vez los fan son una parte activa durante la gala final. En el *interval act*, la realización del concurso conecta con diferentes partes del mundo y muestra a seguidores del festival realizando un *flash mob*. También simula meterse en el hogar de varias familias europeas que en ese momento están siguiendo el certamen. Todas ellas están alrededor del televisor y se muestran en un ambiente festivo.

Por primera en décadas, y debido a los problemas financieros que asolan a Europa, el número de participantes cae hasta 39. Lena, una joven alemana gana con *Satellite*, un tema pop y una puesta en escena sencilla pero efectista. Es hasta el momento la segunda victoria de Alemania, primera como país unificado.

En el año 2012 el festival de Eurovisión recibe *la Rose d'Or* como mejor programa en directo⁴³. Los premios fueron creados en 1961, por Marcel Bezençon, impulsor del concurso musical más popular de la televisión europea.

La edición de ese año nos regala otro número uno. La cantante sueca de origen bereber Loreen gana el festival con *Euphoria*, un tema del que se venden más de dos millones de copias. La canción consigue ser número uno en 16 países. Treinta y ocho años después de la victoria de ABBA, Suecia vuelve a regalar al mundo un éxito musical.



Imagen 14. Loreen en Eurovisión 2012

Las redes sociales se convierten en una parte importante del festival a partir del 2013. Ese año se envían más de 2 millones de tweets bajo el *hashtag* #eurovision

⁴³ *El festival de Eurovisión 2011 de Düsseldorf premiado en con la rosa de oro* (11 mayo2012) Recuperado el 19 de abril de 2015 <http://www.ogaespain.com/el-festival-de-eurovision-2011-de-dusseldorf-premiado-en-con-la-rosa-de-oro-de/>

durante la final , aunque la cantidad se duplica al año siguiente. Con la victoria de Conchita Wurst, 5.384,678 de mensajes se publican durante la gala final⁴⁴.

Los organizadores del festival de 2014 también utilizaron las redes en las semifinales. Durante semanas, los seguidores del concurso podían enviar sus vídeos cantando a capela la canción *Only Teardrops* de, Emmelie the Forest, que había ganado el año anterior. Con todo el material recibido, realizaron una versión para presentar el primero de los tres shows en los que vencería Conchita Wurst con *Rise like a phoenix*.

Si en un primer momento, Eurovisión fue concebido como un programa radiofónico, a día de hoy se ha convertido espacio que permite y promueve la conectividad entre múltiples plataformas. Ahora y gracias a las innovaciones que ha ido incorporando el formato ya no sólo compartes el festival con tus familiares y amigos sino que lo haces con toda Europa.

Durante la celebración del festival en 2015, Eurovisión ha entrado a formar parte del libro Guines de los récords como la competición musical televisiva más longeva de la historia. El galardón fue entregado horas antes de la gran final en la sala de prensa del Viena Stadthalle, recinto en el que se celebraba la edición de ese año⁴⁵.

3.1.4 “Here are the Eurovision results” – Los eurofans, el máximo exponente de la identidad eurovisiva

Durante sus seis décadas de emisión, Eurovisión se ha convertido el evento no-deportivo más seguido de la televisión. La última edición, fue seguida por 197 millones de telespectadores en 40 países⁴⁶. Según los datos, el formato vive un momento de popularidad, aunque no siempre ha sido así. A finales de los 70 el festival empieza a perder el respaldo de la audiencia, un declive que se

⁴⁴Five Million Tweets for #Eurovision 2014 (11 mayo 2015) Recuperado el 19 de abril de 2015 en <https://blog.twitter.com/en-gb/2014/five-million-tweets-for-eurovision-2014>

⁴⁵Eurovision Song Contest awarded Guinness world record (23 mayo 2015) Recuperado el 1 de junio de 2015 en <https://www.youtube.com/watch?v=k3dp3eRthVk>

⁴⁶Nearly 200 million people watch Eurovision 2015 (3 junio 2015) Recuperado el 4 de junio de 2015 en http://www.eurovision.tv/page/news?id=nearly_200_million_people_watch_eurovision_2015

mantendrá hasta finales de los 90 cuando las organizaciones introduzcan en la mecánica del concurso nuevas fórmulas para que la audiencia, hasta ese momento pasiva, empiece a tener un rol activo. Es precisamente en ese periodo de 20 años cuando se crea el primer club de fans oficial del programa.

La organización General de Aficionados de Eurovisión, OGAE, se funda en 1984 en la localidad finlandesa de Savonlinna. Su presidente, en aquel momento es Jari-Pekka Koikkalainen y se define como un colectivo no gubernamental, apolítico y sin ánimo de lucro.



Imagen 15. Logotipo OGAE

Según los estudios de comunicación, un fan se diferencia de un espectador corriente por la “intensidad de su relación emocional e intelectual” con el texto que está consumiendo. (Jenkins 1992: 56). Así pues es habitual que tiendan a organizarse, como apunta Fiske (1992), para cohesionarse ante la interpretación dominante que suele despreciar el programa, la serie o la canción por carecer de prestigio cultural. Por esta razón no es de extrañar, que el primer club de fans nazca en Finlandia, un país que había entrado en la competición el mismo año que España (1961) y cuyo mejor resultado hasta 1984 había sido un sexto puesto en Marion Rung y la canción *Tom, tom tom*.

El éxito de la organización es tal, que apenas unos meses después de su fundación ya cruza las fronteras e inicia su expansión internacional. En 1987, llega a España fundándose así en Madrid el primer club de fans de Eurovisión en el país. La coordinación entre los países miembro se realiza a través de OGAE Internacional. En la actualidad existen 40 delegaciones, 39 correspondientes a

participantes de Eurovisión y una creada en 2005 para albergar a todos aquellos seguidores cuyos países o bien no participan en el certamen o bien no han solicitado el ingreso en organismo. Esta división recibe el nombre de OGAE Rest of the World y alberga a fans de 42 países, entre los que encontramos territorios tan dispares como Estados Unidos, Emiratos Árabes Unidos o Corea del Sur.

Los diferentes clubs se organizan y funcionan de forma autónoma aunque la red internacional de OGAE organiza durante el año tres competiciones, que viven su verdadera explosión con la llegada de internet, un fenómeno que se describirá ulteriormente. Dos años después de su fundación, en 1986, la entidad se lanza el *OGAE Song Contest*, un juego en el que los diferentes países interesados en participar pueden enviar una canción en su lengua oficial que haya sido publicada durante el último año y que no haya participado en Eurovisión. Una vez recibidas todas propuestas, los clubs votaran siguiendo el sistema de Eurovisión. Es decir, no se puede puntuar al país de origen y los votos se dan siguiendo el esquema del festival. España ha ganado esta competición-fan en cinco ocasiones, tres veces en años correlativos (1995, 1996, 1997, 2007 y 2013).

En 1987, se crea el *OGAE Second Chance Constest*, una competición por la cual los diferentes clubs pueden elegir la mejor canción que quedaron eliminadas en las preselecciones nacionales. Ya en 2003, se amplía el número de concursos internacionales para fans con el lanzamiento de *OGAE Video Contest*, un certamen creado para elegir al mejor videoclip de las canciones que ese año participan en el festival. En ambos juegos, los votos se dan imitando el modelo de Eurovisión y los resultados se hacen públicos una vez celebrada la gran final.

Con estas iniciativas, se busca la aprobación y la cohesión de un grupo disperso geográficamente. Además, sirven para alimentar la falta de información y de interés en torno al *Eurovision Song Contest* (ESC) que se da durante los meses posteriores a la realización de la final.

Las competiciones no son el único elemento de cohesión de la comunidad. Desde Alemania se publica anualmente la revista de OGAE Internacional, con información en inglés relativa a las diferentes delegaciones de la entidad. También se encargan de organizar las votaciones oficiales de la prensa y los

fans durante las semanas previas al festival, y anualmente realizan un encuentro en la ciudad en la que se celebra Eurovision. Este año, la reunión tuvo lugar en el 22 de mayo de 2015 en Viena, Austria, y se eligió al nuevo presidente de OGAE, el inglés Simon Bennett, que ocupará el cargo hasta 2017. Hasta el momento, es el único club reconocido por la UER, con la que trabajan estrechamente para la difusión y promoción del ESC.

En el caso de España, en 1989, un grupo de fans del festival decide crear una organización paralela a OGAE. Se funda así, la Asociación de Eurovisivos de España (AEV-España). Hoy por hoy, AEV es la única asociación de estas características a nivel español registrada legalmente en el Registro Nacional de Asociaciones, regulado al amparo de la Ley Orgánica 1/2002, que reglamenta Derecho de Asociación. Tiene un funcionamiento similar a OGAE, en cuanto a la publicación de fanzines y concursos entre sus afiliados.

Según datos facilitados por la propia organización, AEV está formada por cerca de 200 personas. Son los mismos fans, quienes redactan, mantienen y actualizan el medio online decano en cuanto a la información sobre el festival de Eurovisión en España www.olevision.com, fundado hace ahora 15 años. La asociación también fue pionera en cuanto a los medios en papel dedicados al certamen. En 1990, lanzaron *Eurovisivos* una revista que seis años más tarde pasaría a llamarse *Olevision*.

Ambas organizaciones reúnen la élite de la comunidad eurofan. Tal y como apuntan los investigadores que se interesan por el *fandom* a mediados y finales de la década de los 90, como Fiske o Jenkins, las personas que forman estas subculturas y se organizan, acaban repitiendo los modelos más tradicionales. En este caso las personas que participan de forma periódica dentro de los canales de OGAE y AEV gozan de reconocimiento por parte del resto de los miembros de la comunidad eurofan, del mismo modo que ambas organizaciones han instaurado los canales necesarios para ser el nexo entre la delegación española en Eurovisión, formada por el equipo de TVE y la audiencia. Además, la OGAE, es una agrupación en España que tiene relación directa con la UER. Así pues los miembros de este club gozan de ciertas facilidades con respecto al resto de

telespectadores, como por ejemplo descuentos o plazos especiales para comprar las entradas del festival.

Formar parte de una de las dos entidades, es la única fórmula de conseguir un pase como Fan para Eurovisión. Estos pases, reservados a un número muy limitado de seguidores, permiten el acceso a zonas restringidas del estadio así como la posibilidad asistir a las ruedas de prensa, a los ensayos y a las fiestas que organizan las delegaciones durante la celebración del festival. Del mismo modo, permiten acceder a la zona prensa y aun espacio designado sólo para fans dentro del recinto en el que se celebra el concurso. Así, las personas que logran obtener este pase, gozan de un estatus superior al resto de seguidores. Los criterios para lograr la acreditación dependen única y exclusivamente de las dos organizaciones y de la delegación de TVE, lo que todavía confiere una aura mágica (el elegido) a las personas que han sido escogidas para disfrutar de este privilegio del cual la mayoría de seguidores quedan excluidos.

A pesar de que las primeras comunidades fans se empiezan a organizar a finales de los 80, la Unión de Radiodifusión Europea no empieza a incluir al fenómeno *fandom* en Eurovisión hasta la década siguiente. En aquel momento, su presencia era meramente anecdótica y pasaba desapercibida para los organizadores y la prensa, que recurría a estos “especialistas” en el concurso para elaborar las crónicas y noticias de sus respectivos medios. La situación cambia cuando en 1997 se introduce el televoto en 5 países y la organización recibe 250.000 mil llamadas en tan sólo cinco minutos. Esta avalancha marca un punto de inflexión que influirá en la organización de las futuras galas. En 1998 se incluirán más países en el sistema de votos telefónicos y para el año 2001, la creación del escenario y del estadio estarán pensadas con el fin de albergar al mayor número posible de eurofans.

Hasta el momento el público que asistía a Eurovisión solía ser muy concreto: prensa, representantes del país y la ciudad que acogía el certamen, y algunos privilegiados que accedían a las pocas entradas que la organización ponía a la venta. La dificultad para acceder a una venta internacional, en un periodo previo a la existencia del comercio electrónico u otros métodos similares, impedía que muchos fans del festival se pudieran desplazar al país en el que se celebraba.

Otro factor relacionado con los asistentes a la gala era la realización en directo del programa. Hasta el 2000, el público aparecía sentado en sus butacas como un mero espectador más; pero la televisión danesa decide cambiar la distribución de los asistentes un año después. El concurso se celebra en el Parken Stadium, un espacio con capacidad para 38 mil asistentes. Los organizadores deciden que el foso del recinto lo ocupen personas de pie, que vivirán el concurso como si de un concierto se tratase. Este cambio logístico, hará que cada vez más euro fans puedan acceder al recinto, por una cuestión de espacio, y decidan vivir la experiencia *in situ*, por razones de diversión y cohesión de grupo. Será a partir de entonces cuando la realización audiovisual del evento se lleven de banderas de los diferentes países y de fans apoyando a sus favoritos, una imagen habitual hoy en día. En 2010, los organizadores de Eurovisión asumirán a la comunidad eurofan como un elemento intrínseco al concurso, cuando los conviertan en los protagonistas del *interval act* de ese año. En toda Europa (y en Australia) se organizará un *flashmob* simultáneo con el que irán conectando. Las cámaras de televisión también “se meterán” en las casas de diferentes fans del certamen que en ese momento están siguiendo el festival a través de televisión.

Paralelamente a estos cambios en la organización del festival, la realidad tecnológica de Europa está cambiando. Se está incubando un elemento decisivo para la creación de una red internacional de eurofans. La revolución que supone el auge de internet y la web 2.0, a principios de la década de los 2000, será determinante para la configuración de la comunidad fan en Eurovisión tal y como se conoce actualmente. Hasta el momento, las diferentes organizaciones apenas tenían contacto entre ellas, más allá del correo postal. Con el auge de la web, la barrera entre países queda completamente diluida. Ya no sólo los eurofans se pueden comunicar entre si, sino que cualquier espectador puede consultar información relativa al festival sin salir de casa. Además y tal y como indica Charo Lacalle la web 2.0 “materializa el ideal de retroalimentación y convierte los monólogos en diálogos, al incorporar el feedback del destinatario en los procesos de comunicación de masas” (2010: 65). La interacción con otros iguales, en este caso fans del festival, a través de internet es una realidad. Ya no es preciso converger en un mismo espacio físico y temporal para intercambiar información u opiniones, sino que desde cualquier terminal a cualquier hora del

día el seguidor de Eurovisión puede lanzar su pregunta, leer las opiniones de otros eurofans e intercambiar información con ellos. Internet también trabaja como un amplificador de todo el conocimiento que cada eurofan guardaba en casa y compartía con sus más allegados hasta el momento.

Es en esta etapa incipiente de la comunicación 2.0 cuando la UER, lanza la web oficial del concurso, www.eurovision.tv, y cuando surgen las primeras páginas creadas por fans. Medios que hoy cuentan con más de un década de tradición y que aportan la información complementaria que los canales generalistas obvian por ser de escaso interés para el gran público. El lingüista norteamericano James Paul Gee (2006) denominará a estos lugares de encuentro *affinity spaces*. Un concepto que nos lleva a la figura planteada por Jenkins (1992) del *prosumer*, el fan que además de consumir un texto, lo reinterpreta y genera nuevo contenido relacionado producto al que sigue: una página web, un podcast, un videoblog, etc.

A partir del auge de internet, el *user-generated content* (UGC), los contenidos creados por los usuarios o fans en este caso, será una constante en el universo eurovisivo, que se nutrirá de estos materiales durante todo el año. Sin embargo, la fecha en la que aumentan de una forma más notable son los meses previos al festival, para descender drásticamente 24 horas después de que se haya emitido la final de ese año. Entre los contenidos más habituales encontramos reseñas web y video-ránquines elaborados a través de sus propias predicciones, aunque la muestra puede ser de lo más variada, incluyendo incluso vídeos con propuestas de puestas en escenas o videojuegos que reproducen el festival.

Con la llegada de las redes sociales durante la segunda mitad de la década de los 2000, las comunidades fans se expanden. Ya no sólo a través de la web o las plataformas de vídeo, sino que trasladan su pasión a los nuevos medios y crean grupos en redes como Facebook o sus propias aplicaciones. Ahora la inmediatez se ha convertido en un factor clave y los fans agradecerán este cambio al que se sumarán de manera natural. Es mucho más fácil e inmediato publicar un tweet o un estado de Facebook, que un artículo en una web o un vídeo.

Otro factor que hará que crezca la comunidad eurofan serán los programas de talentos y la posibilidad de seguirlos desde cualquier punto del mundo gracias a

internet. Los *talents shows* y las preselecciones nacionales facilitan a los fans saber con anterioridad quienes pueden ser sus representantes. Les permite ver su evolución, conocer su estilo, sus recursos vocales, sus posibilidades sobre el escenario y, en consecuencia, elegir a su favorito. Además, los procesos de selección se viven en tiempo real y, semana tras semana, se va creando un vínculo entre el espectador y el artista que defenderá la canción en Eurovisión. A día de hoy, internet es el caldo de cultivo de la comunidad eurofan.

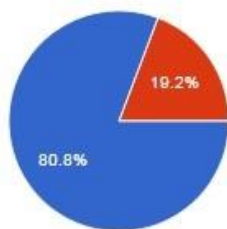
En su ponencia, *What Eurovision has taught us about Europe*, realizada el pasado 24 de abril con motivo del 60 aniversario de Eurovision, la doctora Karen Fricker apuntaba al anónimo que permite internet como una de las causas por las que la comunidad eurofan mayoritariamente responde al estereotipo de estar formada en su inmensa mayoría por hombres gais. Aunque no hay datos a nivel mundial, la imagen que reflejan los medios suele incurrir en este perfil.

La posibilidad de perseverar el anonimato, la certeza de encontrarse con un igual en un lugar común y seguro en el que no te juzgarán por qué te guste el festival o no, son elementos que permiten al fan de Eurovisión sentirse cómodo en internet y expresarse libremente sin estar sujeto a los condicionantes sociales que implica la vida fuera de la red. Además, la subcultura eurofan y la LGTB nacen ambas en repuesta a la corriente dominante, como un modo de protección y cohesión ante un discurso que los margina, mientras que en ambos casos se busca la aceptación por parte de un público más amplio.

Para evitar las imágenes estereotipadas sobre este colectivo amante del festival y con la voluntad de aportar conocimiento a través de esta investigación, se ha realizado una encuesta con el objetivo de conocer quienes forman ese conjunto al que genéricamente denominamos “eurofans”. Los datos corresponden a las 104 respuestas recogidas durante los casi dos meses (56 días) que ha estado disponible el cuestionario en internet.

Tal y como vemos en el gráfico 1, La comunidad está formada mayoritariamente por hombres (80,8%) aunque también hay un número representativo de mujeres (19,2%) que rara vez aparecen en los medios de comunicación. Su presencia queda invisibilizada, como pasa en otros ámbitos, debido a la estereotipación que se realiza por parte de los medios de comunicación.

Género

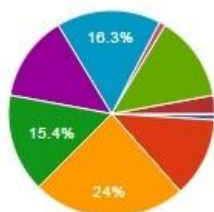


| | | |
|-------------|----|-------|
| Hombre | 84 | 80.8% |
| Mujer | 20 | 19.2% |
| Neutro | 0 | 0% |
| No contesta | 0 | 0% |

Gráfico 1. Género comunidad Eurofan

Las edad del grupo varía, pero la franja más amplia se extiende de los 21 años a los 40 (69%). El grupo más joven empieza a mostrar un interés por el festival a partir de los 15 años, mientras que la participación de los mayores no queda reflejada al tratarse de una encuesta por internet, aunque que siguan el festival. Así lo demuestra la diferencia de porcentajes que hay entre la franja de 41-45 años, con sólo una respuesta, la de 46-50, con 16 y la de más de 51 años en la que únicamente tres personas han respondido al cuestionario. Esta disparidad de criterio, nos lleva a pensar, que utilizando otros métodos, los resultados con respecto al target más adulto hubieran podido variar.

Edad



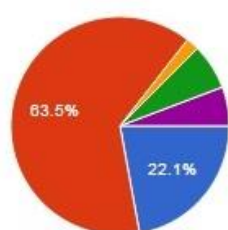
| | | |
|-------------|----|-------|
| <15 años | 1 | 1% |
| 15-20 años | 13 | 12.5% |
| 21-25 años | 25 | 24% |
| 26-30 años | 16 | 15.4% |
| 31-35 años | 14 | 13.5% |
| 36-40 años | 17 | 16.3% |
| 41-45 años | 1 | 1% |
| 46-50 años | 14 | 13.5% |
| 51-55 años | 3 | 2.9% |
| 56-60 años | 0 | 0% |
| >60 años | 0 | 0% |
| No contesta | 0 | 0% |

Gráfico 2. Edad comunidad Eurofan

En cuanto a la orientación sexual, es la primera vez que en un trabajo dedicado al *fandom* eurovisivo se realiza tal pregunta. Hasta ahora se habría trabajado sobre este aspecto, pero no se cuenta con datos cuantitativos. Las repuestas reafirman el estereotipo del fan gay (63,5%) pero del mismo modo revelan asimismo un espectro más amplio en el que la heterosexualidad también está

representada notablemente (22,1%). Llama la atención el bajo número de mujeres lesbianas que se han definido como tal (1,9%). Así pues, la representación del eurofan no se puede reducir al público gay, ya que en cuestión de género y sexualidad también entran en juego otros perfiles poco presentados por los medios generalistas y especializados.

Orientación sexual



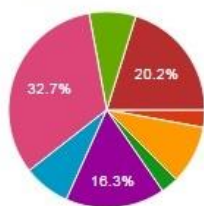
| | | |
|--------------|----|-------|
| Heterosexual | 23 | 22.1% |
| Gay | 66 | 63.5% |
| Lesbiana | 2 | 1.9% |
| Bisexual | 7 | 6.7% |
| No contesta | 6 | 5.8% |

Gráfico 3. Orientación sexual comunidad Eurofan

Los fans de Eurovision viven dispersos por el territorio español. En las únicas comunidades en las que no se han encontrado representación son Navarra, La Rioja y las ciudades autónomas de Ceuta y Melilla. Cataluña es la región con más seguidores (30,9%), Andalucía ocupa la segunda posición (17%), mientras que Madrid queda en tercera (12,8%). Hay que destacar la presencia de Castilla León (4,3%). en la que se encuentra una presencia significativa de eurofans con respecto al número de habitantes. El motivo es que la sede AEV se encuentra en Guadalajara, ciudad que tradicionalmente cuenta con un núcleo importante de eurofans.

El lugar de residencia también es muy variable, aunque los eurofans tienen a vivir en medianas y grandes ciudades que superan los 100.000 habitantes (60,6%). El medio rural también alberga a una cifra considerable de seguidores del festival. Más de una décima parte de los eurofans (12,5%) viven en localidades con menos de 5.000 habitantes.

Población de tu lugar de residencia

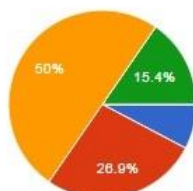


| | | |
|--------------------------------|----|-------|
| < 100 habitantes | 0 | 0% |
| 101 - 1.000 habitantes | 3 | 2.9% |
| 1.001 - 5.000 habitantes | 10 | 9.6% |
| 5.001 - 10.000 habitantes | 3 | 2.9% |
| 10.001 - 50.000 habitantes | 17 | 16.3% |
| 50.001 - 100.000 habitantes | 8 | 7.7% |
| 100.001 - 500.000 habitantes | 34 | 32.7% |
| 500.001 - 1.000.000 habitantes | 8 | 7.7% |
| > 1.000.000 habitantes | 21 | 20.2% |

Gráfico 4. Lugar de residencia comunidad Eurofan

Más de la mitad de los seguidores de Eurovision tiene estudios universitarios (64,4%). Poco más de una tercera parte (34,6) no llega a la Universidad, mientras que hay una proporción representativa del grupo que, una vez finalizados sus estudios superiores, decide continuar con estudios postuniversitarios como postgrados, masters o doctorados (15,4%).

Nivel formativo



| | | |
|---|----|-------|
| Graduado en EGB o ESO | 8 | 7.7% |
| Ciclo formativo o formación profesional | 28 | 26.9% |
| Estudios Universitarios | 52 | 50% |
| Estudios Postuniversitarios | 16 | 15.4% |
| Sin estudios | 0 | 0% |

Gráfico 5. Nivel formativo comunidad Eurofan

Después del perfil social, las preguntas de la encuesta se centran en su relación con el festival. Más de la mitad de los eurofans siguen Eurovisión desde hace una década como mínimo (65,4%) mientras que las nuevas incorporaciones al fenómeno representan poco más de una tercera parte (34,6%) . Así pues, la mayoría de seguidores tienen una perspectiva histórica amplia sobre el certamen y saben, porque lo han presenciado *in situ* o a través de la pantalla, que ha pasado en los años precedentes.

¿Desde cuando sigues el Eurovisión?

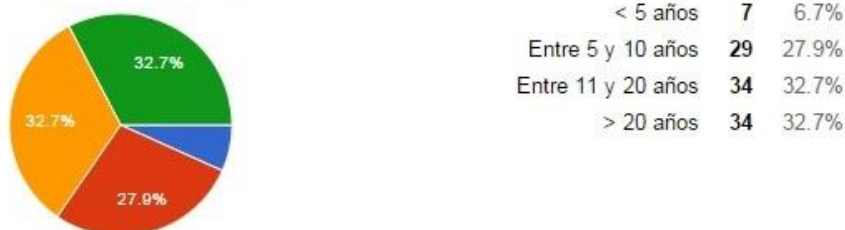


Gráfico 6. Inicio afición comunidad Eurofan

Eurovisión se sigue viendo en casa o en entornos familiares (83,3%). Son pocos los eurofans que se desplazan al lugar en el que se celebra el concurso (6,7%) para seguirlo en directo, aunque la mayoría de eurofans nunca ha viajado al país en el que tiene lugar el certamen (74%). Los que sí lo han hecho, en su mayoría se han trasladado en una o dos ocasiones (14,5%), si bien hay un porcentaje más que significativo (11,8%) que estado presentes en el concurso en tres o más ocasiones.

¿Dónde ves el Festival habitualmente?

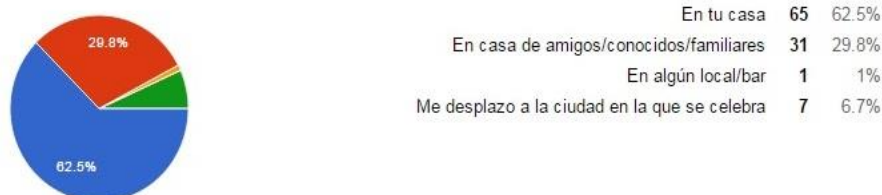
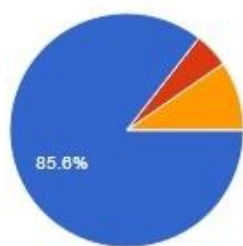


Gráfico 7. Lugar seguimiento del festival comunidad Eurofan

Viajar y presenciar el espectáculo en directo, otorga distinción dentro de la comunidad. Del mismo modo que la veteranía en el número de festivales que uno ha presenciado otorga status y legitimidad como eurofan.

El concurso se sigue viendo a través de la televisión (85,6%), ya que son muy pocos los que viajan a la ciudad en la que se celebra el concurso y menos los fans que conectan con el certamen a través de internet (4,8%). Para vivir la experiencia se continúa confiando en el medio tradicional.

¿Cómo ves el festival de Eurovisión habitualmente?

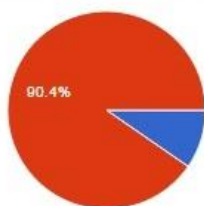


| | | |
|----------------|----|-------|
| Por televisión | 89 | 85.6% |
| Por internet | 5 | 4.8% |
| En directo | 10 | 9.6% |

Gráfico 8. Canal seguimiento del festival comunidad Eurofan

Uno de cada nueve espectadores (90,4%) ve Eurovisión en compañía de la familia y amigos. Este dato corrobora la teoría de Durheim (1995) sobre los rituales alrededor de la televisión y los espectáculos televisivos. Ciertos eventos se prestan a verlos en compañía y siguiendo una especie de ceremonia en la que entran en juego diferentes elementos como es la comida o el vestuario. Sin embargo, algunas personas, aunque las menos (9,6%), también se aproximan al evento de forma individual, la encuesta no refleja si es por voluntad propia o por no saber con quien compartir la experiencia.

¿Con quién ves el Festival habitualmente?

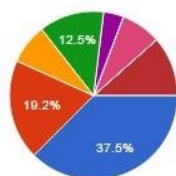


| | | |
|---------------------------------|----|-------|
| Sólo | 10 | 9.6% |
| Con amigos/conocidos/familiares | 94 | 90.4% |

Gráfico 9. Compañía seguimiento del festival comunidad Eurofan

En cuanto a los motivos por los que se sigue Eurovisión, las respuestas son variadas. La mayoría (37,5%) afirman que es porque le gusta las canciones, mientras que las siguientes respuestas mezclan los gustos estéticos de los espectadores (19,2%), con las tradiciones familiares (12,5%) y la competición en sí (8,8%). Sorprende el vínculo emocional con España que nace a través del concurso y que impulsa a un porcentaje significativo (7,7%) de personas a seguir el festival. El nacionalismo aparece como un factor a tener en cuenta en una competición, en un principio, paneuropea.

¿Cuál es el PRINCIPAL motivo por el que sigues Eurovisión?

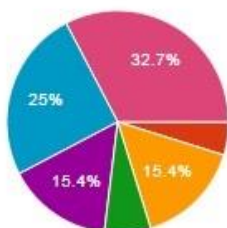


| | | |
|--|----|-------|
| Me gustan las canciones | 39 | 37.5% |
| Me gusta ver las actuaciones (vestidos y coreografías) | 20 | 19.2% |
| Tengo la esperanza de que España gane | 8 | 7.7% |
| Es una tradición en mi familia | 13 | 12.5% |
| Lo ven mis amigos | 4 | 3.8% |
| Esa noche no tengo nada mejor que hacer | 0 | 0% |
| Representa un vínculo con España | 8 | 7.7% |
| Para comentarlo después en las redes sociales | 0 | 0% |
| Otros | 12 | 11.5% |

Gráfico 10. Motivos seguimiento del festival comunidad Eurofan

Por cuanto respecta a las décadas que más interesan a los seguidores de Eurovisión, la mayoría de los participantes se decantan por el periodo que va desde los 90 hasta la actualidad (73,1%). Cabe destacar que es en esta etapa precisamente cuando la EBU empieza a otorgar un rol activo a la audiencia a través del televoto. Es la época también en la que nace y se consolida la web 2.0, los *talent shows* y en la que se consolida la comunidad eurofan. Curiosamente, la época menos atractiva es la relativa a los años 80 (6,7%) mientras que la nostalgia de los 60 y los 70, años en los que el festival da a la música europea un gran número de *hits* despierta la atención de un buen porcentaje de seguidores (20,2%).

Según tu opinión ¿Cuál es la década más interesante en Eurovisión?



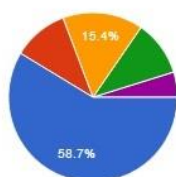
| | | |
|------------------|----|-------|
| Los 50 | 0 | 0% |
| Los 60 | 5 | 4.8% |
| Los 70 | 16 | 15.4% |
| Los 80 | 7 | 6.7% |
| Los 90 | 16 | 15.4% |
| Los 2000 | 26 | 25% |
| La década actual | 34 | 32.7% |

Gráfico 11. Década más interesante comunidad Eurofan

Más de la mitad de los eurofans, consumen contenidos relacionados con el festival a diario (58,7%), mientras que más de una cuarta parte (26%) lo hace con asiduidad. Así pues la mayoría de los miembros de la comunidad eurofan se mantienen informados sobre el concurso durante todo el año (84,7%). La página web oficial del certamen destaca entre las mejores puntuadas por la mayoría con una media entre el notable y el excelente aunque la superan las webs creadas por los propios seguidores, en este caso también entre el notable y el excelente pero

una nota media superior. El espacio que le dedica rtve.es al concurso, es el menos valorado de las tres opciones por las que se ha preguntado.

¿Lees o consultas información relacionada con el Festival?

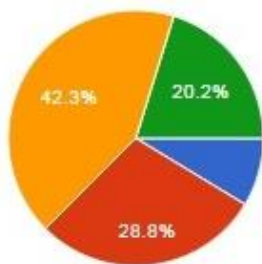


| | | |
|---|----|-------|
| A diario | 61 | 58.7% |
| Una vez por semana | 11 | 10.6% |
| Más de una vez por semana | 16 | 15.4% |
| Menos de una vez por semana | 11 | 10.6% |
| No leo ni consulto información relacionada con Eurovisión | 5 | 4.8% |

Gráfico 12. Consumo información relacionada con Eurovisión comunidad Eurofan

Los eurofans juegan un papel activo en las webs relacionadas con Eurovisión, ya que más de una tercera parte (79,8%) comentan los contenidos que publican. Más de una tercera (37,5%) lo hace de forma regular o habitual. Dos de cada diez seguidores (20,2%) no participa con sus comentarios en las páginas que consulta sobre el concurso.

¿Comenta los contenidos de las páginas web relacionadas el Festival?

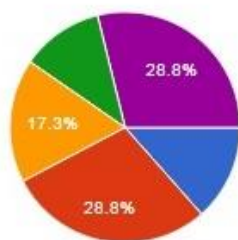


| | | |
|------------------|----|-------|
| Siempre | 9 | 8.7% |
| Habitualmente | 30 | 28.8% |
| De vez en cuando | 44 | 42.3% |
| Nunca | 21 | 20.2% |

Gráfico 13. Comentarios online comunidad Eurofan

Como muestran los resultados, la comunidad eurofan en España es heterogénea y, a pesar de que sus miembros pertenecen a una subcultura, este colectivo no está muy cohesionado a razón de los porcentajes de la encuesta. Mientras que un porcentaje representativo (28,8%) conoce a un buen número de fans del programa, todavía hay quien, o bien no tiene contacto con otros seguidores como él (13,5%) , o su red de seguidores es muy limitada (28,8%) y no llegar a superar a los cinco aficionados a Eurovisión.

¿Cuántos eurofans conoce personalmente?

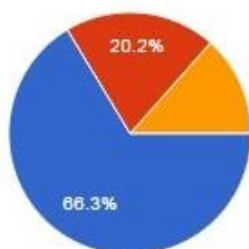


| | | |
|-----------------|----|-------|
| Ninguno | 14 | 13.5% |
| < 5 eurofans | 30 | 28.8% |
| 6-10 eurofans | 18 | 17.3% |
| 11- 25 eurofans | 12 | 11.5% |
| > 26 eurofans | 30 | 28.8% |

Gráfico 14. Cohesión comunidad Eurofan

La última pregunta, nos pone en relación su percepción del concurso y la creación de una supuesta identidad europea. La mayoría de los participantes (66,3%) cree que Eurovisión que fomenta ese marco común de valores, actitudes y rasgos comunes en el continente. Por el contrario (33,7%) o bien no cree que Eurovisión sea un elemento para fomentar el nacionalismo y la cultura paneuropeo o no tiene una idea clara y prefiere no contestar. Así pues, la percepción por parte de los fans es que el festival a día de hoy nos acerca activamente la idea global de Europa, dejando a un lado las variantes y diferencias que entrañan los pueblos que forman el continente. El grupo, contribuye a un ejemplo de cohesión, pues por algo está constituido por eurofans y no por meros espectadores.

¿Cree que el Festival de Eurovisión ayuda a la creación de la identidad europea?



| | | |
|---------------------|----|-------|
| Sí | 69 | 66.3% |
| No | 21 | 20.2% |
| No sabe/No contesta | 14 | 13.5% |

Gráfico 15. Identidad europea y comunidad Eurofan

3.2 “Tu te reconnaîtras”: La representación de la identidad Europea en el Festival de Eurovisión

A continuación se describen los elementos más representativos de la cultura europea y su representación sobre el escenario de Eurovisión. Tras reflexionar sobre qué cuestiones deberían ser tratadas en esta aproximación se han determinado que los siguientes aspectos a estudiar son: la lengua, el género, las minorías y los valores sociales.

Eurovisión es una fuente inagotable de imágenes y voces y, en consecuencia, textos. Todos ellos gozan de un valor significativo al que se exponen millones de personas cada año. Significados que analizados correctamente pueden inferir la imagen de Europa que muestra el festival, y sus participantes, muestran en Eurovisión

3.2.1 “La,la,la”: La representación idiomática

El uso de diferentes idiomas ha sido durante décadas una de las características más representativas del festival de Eurovisión. Por el escenario, han pasado más de 1.400 canciones, que han sido interpretadas en más de 56 lenguas diferentes. Las últimas en incorporarse a esta lista han sido el udmurt (Rusia), el azerí (Azerbaián) y el georgiano (Georgia) que subieron al escenario en el año 2012. Por el contrario, la primera canción que sonó en Eurovisión fue en holandés. Era el tema de los países Bajos *De vogels van Holland* (Los pájaros de Holanda).

La incorporación de nuevos idiomas se ha dado de una forma progresiva y al revisar la evolución histórica, y tal como demuestra la tabla A. 3, no podemos observar ninguna explosión en cuanto a la incursión de diversidad de idiomas en el concurso. Si bien cabe destacar que en las cuatro primeras ediciones de Eurovisión, de 1956 a 1960, tan sólo encontramos siete lenguas diferentes cuyo orden de aparición es las siguientes: Holandés, Alemán, Francés, Italiano, Inglés, Danés y Sueco.

En 2003, aparece por primera vez en el festival lo que en semiótica y lingüística se conoce como ideolengua, *conlang* o, según Umberto Eco, “lengua construida artificialmente” (1994: 7); una lengua inventada, creada por seres humanos a

razón de las lenguas naturales y que se enmarca en la búsqueda de la lengua perfecta. Será Bélgica, con el grupo Urban Trad y el tema *Sanomi*⁴⁷, los primeros que apuesten por esta manera de comunicar. La canción, de ritmos celtas, quedó en segunda posición a pesar de que la letra no era comprensible para ninguno de los telespectadores. El idioma había sido creado especialmente para la composición del tema y no tenía ningún significado más allá de la eufonía de las palabras que lo componían.



Imagen 16. Integrantes de Urban Trad en 2003

Tres años más tarde, Los Países Bajos intentaron repetir el experimento con *Amambanda* y el grupo Treble pero con un resultado bien distinto al belga. Quedaron en la vigésima posición de los 23 participantes en su semifinal. En 2008, Bélgica volvió a apostar por una ideolengua quedando en antepenúltima posición en su semifinal. Parece que la fórmula se ha agotado y, hasta el momento, están han sido las tres únicas representaciones en idiomas contruidos que han pasado por el certamen.

Hasta la fecha sólo tres países, Azerbayán, Bielorrusia y Mónaco nunca ha participado en el festival en sus idiomas oficiales: el azerí, el bielorruso y el monegasco, lengua cooficial en el principado. Desde su debut en 2004 y 2008, respectivamente, Bielorusia y Azerbayán siempre han participado en en inglés.

⁴⁷ Urban Trad – Sanomi (17mayor 2996) Recuperado el 4 de mayo de 2015 en <https://www.youtube.com/watch?v=n9Waz45vAvs>

Son varios los países que, además de haber optado por su lengua nacional, también han llevado al festival diferentes dialectos presentes en sus territorios. Tomamos como referencia de dialecto la definición del lingüista y filólogo romano Eugenio Coseriu, que el español Manuel Alvar refiere en los siguientes términos “un dialecto es un sistema de signos desgajado de una lengua común, viva o desaparecida, normalmente, con una concreta limitación geográfica, pero sin una fuerte diferenciación frente a otros de origen común” (Alvar, 1996: 13).

El primer país en utilizar un dialecto al festival fue Austria. Era el año 1971, con Marianne Mendt y su tema *Musik*. La letra de la canción estaba en vienés, una variante bávara del alemán que se habla principalmente en la capital austríaca. En 1960 Luxemburgo ya había enviado *So laang we's du do bast*, un tema en luxemburgués. También Es un dialecto del alemán pero recibe la categoría de idioma dentro del Gran Ducado.

Italia, en 1991, con el napolitano o Francia, en 1992, con criollo haitiano, han apostado también por los dialectos. Por el contrario, España, otro país rico en diversidad lingüística, nunca ha sido representada en ninguno de sus lenguas cooficiales ni dialectos. En 1968, año de su primera victoria, la lengua catalana fue la gran protagonista de la representación española. Joan Manel Serrat, cantante elegido de forma interna por TVE debía representar al país en Londres. Sin embargo, a una semana del certamen se niega a ir ya que TVE no le deja interpretar su canción *La,la,la* en catalán. El 30 de marzo llega a Barajas Massiel⁴⁸, una joven intérprete madrileña que se encontraba de ruta por México y que rápidamente aprenderá el tema y se alzará con el triunfo en el Royal Albert Hall, por delante de Cliff Richards y su popular *Congratulations*.

En la actualidad, y según el epígrafe D del apartado *Performances and Artists* del reglamento público de Eurovisión⁴⁹ “Cada televisión es libre de decidir la lengua en la que el/los artista/s cantarán”. Sin embargo, no siempre ha sido así. De hecho, la pauta sobre el idioma ha ido variando durante las seis décadas que dura el concurso.

⁴⁸ *El disco gira* (30 marzo 1969) Recuperado el 4 de mayo de 2015 en <http://hemeroteca.abc.es/nav/Navigate.exe/hemeroteca/madrid/abc/1968/03/30/028.html>

⁴⁹ *Public Rules of the 60th Eurovisoin Song Contest* (s.f) Recuperado el 4 de mayor de 2015 en http://www.eurovision.tv/upload/press-downloads/2015/2014-09-02_2015_ESC_rules_EN_PUBLIC_RULES.pdf

Durante los diez primeros años (1956-1965), no hay por parte de la EBU una norma escrita en cuanto a la cuestión idiomática. Sin embargo, cada país utiliza sus lenguas nacionales para presentarse ante el resto de competidores. En 1965, la situación cambia. El barítono Ingvar Wixell, representante de Suecia, acude al festival con el tema en inglés *Absent Friend*. De los 16 participantes, la canción queda en décima posición. Aunque, tras la votación final Suecia no supera la mitad de la tabla y ante el temor de que esta “nueva costumbre” se extienda entre los participantes de Eurovisión, en la edición de 1966 La UER anuncia la primera norma sobre el idioma. Todos los países deberán ser representados en sus respectivas lenguas oficiales aunque aquellos que cuenten con más de una, podrán elegir. Como curiosidad, cabe señalar que la canción vencedora de aquel 1965 lleva por título *Merci Cherie*, aunque es la propuesta de Austria y está cantada en alemán.

El reglamento sobre la representación a nivel lingüístico cambiará a partir de la edición de 1973. La organización permite libertad total en cuanto al idioma que cada participante elige para sus temas. Esta pauta se mantendrá hasta el festival de 1977, cuando la Unión Europea de Radiodifusión vuelva a imponer el idioma nacional como requisito para representar a un país. Cabe destacar que es precisamente en este periodo de liberalización en cuanto a la lengua cuando gana ABBA por Suecia con el tema en inglés *Waterloo*.

El festival de 1977 será el primero en el que todos los países deben regresar a sus idiomas propios. Si bien, Alemania y Bélgica cantarán el inglés, debido a que ambos países ya habían elegido a sus representantes y sus canciones para el certamen. Ese año, Bélgica consigue una sexta posición, mientras que Alemania ocupa la séptima. La restricción estará vigente hasta 1998 y en 21 años que ha durado los únicos países que cantan en inglés son Irlanda, el Reino Unido y Malta; los únicos países de Europa en la que el inglés es lengua oficial.

En 1994, Polonia debuta en el festival envuelta en una polémica idiomática. La cantante Edyta Górniak se salta la normativa y decide interpretar su canción en inglés durante el ensayo previo a la gala en directo y en el que el jurado última sus votos. En la gala, que se retransmitió para toda Europa, Polonia interpretó el tema en polonés. Consiguió una segunda posición, aunque una vez finalizado el

certamen 13 delegaciones mostraron su disconformidad a la organización. La Unión de Radiodifusión Europea no pudo tomar en cuenta la queja porque su normativa exigía la reclamación de al menos 15 países, así que Polonia no pudo ser desclasificada.



Imagen 17. Edyta Górniak durante su actuación en Eurovisión

A partir de 1999, los países participantes podrán escoger el idioma de sus canciones. Es entonces cuando varias delegaciones mezclan el idioma nacional con el inglés o lenguas vecinas. Esta estrategia pretende acercar la canción al público y conseguir más votos. En 2012, la cantante de Bulgaria Sofi Marinova incorporará 11 idiomas en el tema *Love Unlimited*. Es la primera vez que se escuchará el azerí sobre el escenario de Eurovisión. A pesar de lo sorprendente del tema Búlgaro en 1973, el primer año en el que la EBU admite la libertad total de idioma, Noruega se presenta con *It's just a game*, un ejercicio estilístico-musical en el que el grupo Bendik Singers, canta en 12 idiomas. Hasta la fecha es la canción que incluye más lenguas en su texto.: inglés, francés, español, italiano, holandés, alemán, irlandés, serbo-croata, hebreo, finés, sueco y noruego.

Las lenguas en Eurovisión han sido motivo de discusión interna en varios países. En 2008, y tras conocerse que Francia iba a ser representada por *Divine* con un tema cantado en inglés, el diputado de *Union pour un mouvement populaire* (UMP) François-Michel Gonnot lanzó una queja formal al *Parlement français*

por permitir que la televisión pública francesa no fuera representada en francés⁵⁰. Algo similar pasó en 2014, en España, cuando la Real Academia de la Lengua Española publicó una carta en la que mostraba su *malestar* por la elección de Ruth Lorenzo con el tema mayoritariamente en inglés *Dancing in the rain*⁵¹.

Hasta el 2015 sólo once países han incluido sus idiomas nacionales en todas sus participaciones en Eurovisión: Andorra, Francia, Italia, Luxemburgo, Mónaco, Marruecos, Portugal, España, Serbia-Montenegro, Yugoslavia, Irlanda, Inglaterra y Malta.

El inglés es el idioma más representado en cuanto las canciones ganadoras. Un total de 29 temas ingleses se han alzado con la primera posición. A él han recurrido países tan dispares como Suecia, Turquía, Ucrania, Grecia o Azerbayán para ganar el concurso.

A continuación, el francés ha sido ganador en 14 ocasiones, la última vez en 1988 con Celine Dion y *Ne partez pas sans moi*. Le siguen, con tres victorias el holandés y el hebreo respectivamente. Este último es el único idioma no europeo que encontramos en la lista. El español, el italiano, el alemán, el noruego y el sueco se han hecho con el triunfo en dos ocasiones, mientras que el croata, el danés y serbio sólo han conseguido llegar en una ocasión a lo más alto.

La primera vez que gana un tema en inglés es en 1967 con Sandie Shaw y su *Puppets on a string*. Sin embargo, hay que esperar a mediados de la década de los 90, para vivir una verdadera explosión de la lengua inglesa. La globalización en el mercado musical, junto con la libertad idiomática que permite la UER a partir de 1999, son dos de los factores claves que influyen en el auge del inglés como lengua de éxito en Eurovisión. En la última década nueve de los diez temas ganadores, incluían frases en inglés. Tan sólo en 2007 *Maria Serifovic* con *Molitva* dio el triunfo a Serbia con una balada cantada íntegramente cantada en Serbio. Lejos quedan los años en los que el francés, lengua de moda y de cultura en la Europa de los 50 y 60 ocupaba las primeras posiciones en las

⁵⁰ French Singer Stirs Storm (17 abril 2008) Recuperado 4 de mayo de 2015 en http://www.nytimes.com/2008/04/17/arts/17arts-FRENCHSINGER_BRF.html?_r=0

⁵¹ Eurovisión 2014: La RAE muestra su malestar por el hecho de que la canción de España tenga partes en inglés (7 marzo 2015) Recuperado el 4 de mayo de 2015 en <http://www.abc.es/eurovision/20140307/abci-ruth-lorenzo-201403071203.html>

clasificaciones finales en Eurovisión. La mejor posición en la última década en es un octavo puesto en 2009 de Francia con Patriica Kaas *Et s'il fallait le faire*

3.2.2 “Diva” La representación de género, sexo, orientación e identidad sexual

En un festival creado para y por los operadores públicos europeos y en el que se intenta “establecer puentes”⁵² entre los diferentes países que compiten, no podemos olvidar cómo se ha representado el género sobre el escenario de Eurovisión. Los trabajos académicos relacionadas con este campo y los productos audiovisuales han aumentado exponencialmente en los últimos años, y como ya apuntaba el profesor Barrie Gunter en muchos casos y “a pesar de su presencia numérica en la población, la investigación ha revelado que las mujeres tienden a ser sumamente menos representadas en televisión y en todas las áreas de la programación” (1995:1). Sin embargo, este dato no se corresponde con la realidad mostrada en el Eurofestival. Tradicionalmente, y desde los orígenes del concurso, han participado más mujeres que hombres. Tal y como muestra la tabla A.6, la brecha se acentúa cuando ponemos el foco en los ganadores. 39 mujeres se han hecho con el triunfo como solistas, lo que representa el 62% de las victorias, mientras que el número de hombres que han logrado posicionarse en lo más alto de la tabla asciende a ocho, es decir el 12,5% de los ganadores. Los porcentajes restantes (25,5%) pertenecen a dúos y grupos, en su mayoría mixtos. Así pues, se corrobora, la idea generalizada de que la opción con más puntos para ganar el concurso es aquella que responde a la de la cantante en solitario.

Si damos un paso más allá y nos alejamos del análisis estadístico basado en el sexo, podemos comprobar que en el festival de la canción Europea se ha jugado constantemente con el concepto de género y de los estereotipos que se le atribuyen. Ciñéndonos a la descripción que da la Organización Mundial de la Salud, mientras que el sexo responde a una realidad biológica, el género “se refiere a los conceptos sociales de las funciones, comportamientos, actividades y

⁵² Eslogan de la 60 edición del festival de Eurovisión celebrada en Viena durante la semana del 19 al 23 de mayo.

atributos que cada sociedad considera apropiados para los hombres y las mujeres”⁵³. Así pues, como apuntaba el profesor Robert Stoller, en 1964 “no existe dependencia biunívoca e inevitable entre géneros y sexos, y por lo contrario, su desarrollo puede tomar vías independientes» (1964:44).

A partir de la década de los 70, y según Carter (2011), la teoría feminista ha ampliado en gran medida la alcance del construccionismo social: “mientras que es notoriamente difícil, sino imposible, identificar exactamente qué viene dado por la biología o por la cultura, los académicos centrados en cuestiones de identidad, insisten en que esta no es la cuestión central que se debe responder”. En sus estudios también invita a interrumpir las categorías claras que se han construido para categorizar y diferenciar los sexos.

Al analizar, la historia del concurso comprobamos que la representación del género ha sido una constante con la que han experimentado y jugado los diferentes participantes, aunque como indican Richardson, N. y Wearing, S. “una de las estrategias enclave para la representación en los medios de comunicación se basa en la técnica del estereotipar” (2014:8). Durante la primera década de Eurovisión (1956-1966) las mujeres seguían un pacto no escrito por el cual se subían al escenario siempre con falda por debajo de la rodilla. La primera en saltarse parcialmente la norma fue France Gall, que en 1965 se presentó en Nápoles con una minifalda y un look mucho más desenfadado que el de sus compañeras cantantes, en consonancia con los aires ye-yés que soplaban entre los jóvenes de la época. La francesa. Además de sorprender a la audiencia y convertirse en un icono del estilo pop de los sesenta, se hizo con el triunfo y su canción, *Poupée du cirque*, se convirtió en un *must* en todos los guateques de la Europa Occidental.

A pesar de los aires de modernidad de la edición de 1965, hay que esperar hasta 1966 para encontrar a la primera participante que defiende su canción vistiendo un conjunto pantalón. Es la noruega Åse Kleveland que, siguiendo la estela de France, se presenta a Eurovisión con una imagen pop, pero con una canción folk. La intérprete sale a escena con una casaca ancha tres cuartos y unos pantalones

⁵³ *Género* (s.f) Consultado el día 25 de mayo de 2015 en <http://www.who.int/topics/gender/es/>
Construyendo Europa a través del entretenimiento: El festival de Eurovisión

rectos, ambos de colores claros. Como complementos luce un turbante, una ostentosa gargantilla y su guitarra⁵⁴. Su propuesta consigue el 3r lugar.

Un puesto por encima, en segunda posición, queda en 1977 Lynsey de Paul, representante británica de ese año junto a Mike Moran. Los dos miembros del dúo, que interpreta *Rock Bottom*, deciden aparecer sobre el escenario con la misma vestimenta. Así, la compositora e intérprete británica se convierte en la primera mujer en lucir un esmoquin en Eurovisión⁵⁵. El único atributo femenino en su imagen es la melena rubia peinada con las puntas para arriba y el maquillaje que lleva: rímel, barra de labios y uñas rojas. El resto de elementos son los mismos que los de su compañero: corbata oscura en consonancia con el traje, chaleco, camisa blanca y pañuelo rojo en el bolsillo de la americana. El tema y la puesta en escena, jugando con un periódico y con ellos dos tocando de espalda sendos pianos, parece sorprender al público y los jurados, que respaldan la propuesta británica.

En cuanto a los hombres, su vestuario y las atribuciones que tiene en relación al género, cabe destacar que en 1973, encontramos al primer participante con plataformas de tacón en color lila, el componente masculino del dúo belga Nicole y Hugo. Ambos cantantes deciden vestirse iguales para la ocasión y llevan un mono de con mangas y pantalones campana lila e incrustaciones de pedrería. El estilismo responde a la incipiente moda disco que está naciendo en Europa y en Estados Unidos. La puesta en escena también se complementaba con movimientos de piernas y brazos, poco usuales para los serios participantes masculinos del festival del momento, que los dos intérpretes realizan al unísono⁵⁶. La propuesta no gusta y acaba última en la tabla de puntuaciones

Durante la década de los 80 y los 90 es frecuente ver mujeres con pantalón defendiendo sus temas e incluso algunas ganan el festival, como por ejemplo Sandra Kim, en 1986, o Carola en 1991. Sin embargo, hay que esperar hasta el año 2000 para encontrarnos con el primer hombre que sale a escena con una

⁵⁴ *Eurovision 1966 Norway - Åse Kleveland - Intet er nytt under solen* (2 julio 2010)

Recuperado el 20 de mayo de 2015 de <https://www.youtube.com/watch?v=X40t1AS0cOo>

⁵⁵ *Eurovision 1977 - Lynsey de Paul y Mike Moran - Rock bottom* (4 agosto 2008) Recuperado el 20 de mayo de 2015 de <https://www.youtube.com/watch?v=CJYudBRs7U>

⁵⁶ *Eurovision 1973 - Belgium - Nicole y Hugo - Baby, baby* (4 mayo 2013) Recuperado el 20 de mayo de 2015 en <https://www.youtube.com/watch?v=zUCrDejR-uk>

falda⁵⁷. Agust y Telma son los representantes de Islandia de ese año, un dúo mixto que acude a Estocolmo con el tema *Tell me*. Mientras que ella lleva un vestido y pantalones rosa, Agust aparece en el escenario con una camiseta blanca sin magas y una falda sobre unos pantalones. Todas las piezas son de color blanco. Para complementar su estilismo, el cantante luce una cadena alrededor del cuello, un brazalete ancho de piel blanca y un tatuaje-tribal que le confieren un aspecto mucho más roquero y que lo alejan de la imagen femenina que un primer momento podría aportar la falda por encima de la rodilla que luce. La propuesta acaba la noche en una duodécima posición con 45 puntos.

La representación máxima del género en relación al vestuario en Eurovisión la encontramos en la ganadora de la edición de 2002, la cantante letona Marie N. Su tema *I Wanna* es el escogido por la televisión nacional, para representar al país en la edición de ese año que se celebra en país vecino, Estonia. Ni la canción ni la propuesta parten como favoritas, aunque la noche del 25 de mayo. Marie se hará con el triunfo tras jugar con el género en el escenario⁵⁸. En un primer momento la cantante aparece vestida de forma masculina y acompañada por dos bailarines. Ella lleva un sombrero blanco de ala ancha, pantalones a juego y camisa negra. Al inicio de la canción realiza movimientos estereotipados que intentan representar al hombre latino. En el minuto 1'20" de su actuación se le acerca una bailarina, con clara reminiscencia de flamenca, y con la que baila durante unos minutos en pareja: nanos a la cintura y cruce de miradas. La corista-bailarina le quita el gorro a Marie en el minuto dos de la canción y ahí empezará su transformación. Primero perderá la chaqueta a manos de sus bailarines para después deshacerse de la camisa y finalmente de los pantalones blancos. Han pasado menos de 30 segundos y la cantante luce un vestido de tirantes corto rosa y con volantes en la parte inferior. Los movimientos de la coreografía también han variado, ahora son mucho más sutiles y delicados. El tema acaba con Marie con los brazos al aire lamentándose con un "Ay, ay, ay, ay" mientras que dos bailarines transforman su minivestido en un traje largo de cola de sirena. El supuesto hombre que se presentaba hace tres minutos ahora es

⁵⁷ Eurovision 2000 Iceland - August y Telma - Tell me (27 julio 2010) Recuperado el 20 de mayo de 2014 en <https://www.youtube.com/watch?v=ADzpXcY10bo>

⁵⁸ Eurovision 2002 - Latvia - Marie N - I wanna (8 junio 2012) Recuperado el 20 de mayo de 2015 en https://www.youtube.com/watch?v=_B68kYxcea8

una mujer sensual de melena recogida, con escote y que marca caderas y pecho debido a su nuevo atuendo.



Imagen 18. Marie N durante su actuación en Eurovisión 2001

Algunos aficionados opinan que fue la impactante puesta en escena el verdadero motivo por el que Letonia se hizo con la victoria. Según el escritor John Kennedy O'Connor, "*I Wanna* tiene el dudoso título de ser la única canción ganadora de Eurovisión que no ha traspasado las fronteras de su país" (2007:123). De hecho, ni en Letonia consiguió entrar en el Top 30.

Más allá del vestuario, hay que destacar la participación de otros concursantes que han situado la cuestión del género en el ojo del huracán. En 1998, Israel presenta al festival la primera concursante transexual: Dana International. Una joven que había empezado su carrera en 1993, una vez superada la operación de reasignación de sexo. Sharon, nombre con el que se inscribe en el registro, consiguió un número uno aquel año en su país con la adaptación del tema *Así me gusta a mí*, del dj valenciano Chimo Bayo.



Imagen 19. Dana International en Eurovisión 1998

En 1995 intenta representar a su país en Eurovisión con el tema *Layla Tov, Eropa* (Buenas noches, Europa) aunque en la preselección nacional queda en segunda posición. A pesar de no lograr la victoria Dana empieza a ser una figura reconocida mediáticamente en su país. Tanto es así que tres años después consigue el pasaporte para representar a Israel en Birmingham. Su elección no está exenta de revuelo y desagrada a los ortodoxos judíos⁵⁹, que creen que no representa a la cultura israelí. Su tema, *Diva*, trata sobre la posibilidad de encontrar fuerza y coraje a pesar de las dificultades y se perfila desde un primer momento como una de las canciones de las favoritas para ganar la competición. La participación de Dana causa revuelo entre la prensa que se centra más en su condición de transexual y en el simbolismo que guarda su participación en Eurovisión que en el tema en sí. Los pronósticos se cumplen y la intérprete se alza con el triunfo la noche del nueve de mayo en Inglaterra⁶⁰.

Tras su paso por el festival, Dana es recibida en su país natal entre vítores y es aclamada por la comunidad LGBT internacional. Se convierte en un símbolo de la libertad sexual y los derechos de los homosexuales, bisexuales y transexuales en todo el mundo. Sin embargo la polémica la volverá a salpicar al año siguiente cuando el concurso se celebre en su país natal y ella aparezca en un vídeo de presentación delante de las murallas históricas de la ciudad de Jerusalén. Los ultra ortodoxos volverán a protestar, pero según declara a la BBC ese “ese el mensaje que quiero hacer llegar desde Jerusalén al resto del mundo. Esta es la capital de la libertad y del trabajo en equipo y en armonía”⁶¹.

En 2014, el género vuelve a ser el protagonista del concurso, después de que Conchita Wurst se haga con el triunfo por Austria. Thomas Neuwirth es la persona que se esconde tras este personaje que él define como “una mujer

⁵⁹ *Israeli Star In Spotlight For Her Singing And Her Past Dana Won A Contest And Received Wide Acclaim. Her Sex Drew Barbs* (18 junio 1998) Revisado el 20 de mayo de 2015 en http://articles.philly.com/1998-06-18/news/25730540_1_ultra-orthodox-shlomo-benizri-knesset

⁶⁰ *Eurovision 1998 - 08 Israel - Dana International – Diva* (10 enero 2011) Recuperado el 20 de mayo de 2015 en <https://www.youtube.com/watch?v=fZ5B6w-Baxs>

⁶¹ *Religious rows disrupt Eurovision harmony* (28 mayo 1999) Recuperado el 22 de mayo de 2015 en <http://news.bbc.co.uk/2/hi/entertainment/355343.stm>

barbuda creada como una declaración de la tolerancia y la aceptación ya que no se trata de apariencias; es sobre el ser humano”⁶².



Imagen 20. Conchita Wurst en Eurovisión 2014

Tras una carrera en varias formaciones de música pop, Thomas había intentado representar a su país como Conchita en 2012, año en el que obtuvo la segunda posición con el tema *That's what I am*. Debido a los malos resultados de Austria en la competición y al impacto que causó su participación en la preselección nacional, la televisión público austríaca, la ORF, contacta con Conchita para representar a Austria en el festival que tendrá lugar en Copenhague. Su elección no convenció a todo el público y cuatro días después de anunciarse su participación 31.000 personas ya seguían la página de Facebook *Anti-conchita*⁶³. Además, el ministerio de información de Bielorrusia recibió una petición formal para no emitir la actuación Wurst en Eurovisión y también se formularon peticiones similares en Rusia y Ucrania⁶⁴.

La canción escogida fue *Rise like a phoenix*, una balada que recuerda a los temas principales de las bandas sonoras de James Bond, en el que también se trata el tema de la autoaceptación y la autodeterminación tras un golpe. El tema no partía como favorito, aunque, tras su actuación en la segunda semifinal, consiguió colocarse entre las tres favoritas para ganar según las casas de

⁶² *Biography*- “Two Hearts beating in my chest” (s.f.) Recuperado el 22 de mayo de 2015 en <http://conchitawurst.com/bio/>

⁶³ *Editorial: Why ORF must stand by Conchita Wurst* (14 septiembre 2013) Recuperado el 23 de mayo de 2015 en <http://wiwibloggs.com/2013/09/14/editorial-why-orf-must-stand-by-conchita-wurst/31701/>

⁶⁴ *Eurovisión 2014: Rusia, Ucrania y Bielorrusia inician la guerra contra Conchita Wurst* (28 abril 2014) <http://www.abc.es/eurovision/20140428/abci-eurovision-conchita-wurst-rusia-201404281955.html>

apuestas. Los pronósticos se volvieron a cumplir y Conchita, se alzó con el triunfo⁶⁵. Tras su éxito, se la ganadora se ha convertido en una embajadora de los derechos de la comunidad LGTB. Ha participado en numerosos actos en todo el mundo y el tres de noviembre de 2014 fue recibida en las Naciones Unidas por el secretario general Ban Ki-Moon.

Durante la celebración del festival de 2015, su imagen empapelaba la ciudad de Viena. Era protagonista de las portadas de periódicos, de la campaña de Coca-Cola y del banco Austria Bank. Incluso se llegó a utilizar su voz en las locuciones de los transportes públicos para indicar a los eurofans dónde se encontraban los lugares destacados para seguir el certamen.

Hablar de género, también implica resaltar las Drag Queens que han pisado el escenario de Eurovisión. El término Drag se popularizó en los años 50 y 60 en el argot, *polari*, propio de la subcultura gay británica. En este apartado no se incluye a Conchita Wurst, ya que la investigación toma como referencia la definición de Drag Queen que realiza Donal. (2006) en el libro *Gay-2-Zee: A Dictionary of Sex, Subtext, and the Sublime* y en la que denomina drag queen “al individuo masculino vestido como mujer caricaturizada”.

El primer país en llevar a un Drag sobre el escenario de Eurovisión es Noruega en 1986. Sin embargo el grupo The Great Garlic Girls tan sólo acompañan al representante Ketil Stokkan⁶⁶. El dúo, en el que uno de ellos va vestido como dama del renacimiento forma parte de la puesta en escena y de la coreografía, y el peso recae en el cantante que, con su tema *Romeo*, logra una duodécima posición con 44 puntos.

Dieciséis años después, en 2002, el grupo Sestre representa a Eslovenia en Eurovisión con la canción *Samo Liubezen* (Sólo amor). Los tres integrantes del grupo ganan la preselección nacional gracias al voto del jurado y acuden a la final en Tallin vestidos de azafatas de vuelo, con uniformes rojos de lentejuelas, casquetes y sendos pañuelos atados al cuello. Su actuación queda en

⁶⁵ *Conchita Wurst - Rise Like a Phoenix (Austria) 2014 LIVE Eurovision Grand Final* (10 mayo 2014) Recuperado el 22 de mayo de 2015 en <https://www.youtube.com/watch?v=QRUIava4WRM>.

⁶⁶ *Ketil Stokkan - Romeo - Norway 1986* (29 octubre 2006) Recuperado el 22 de mayo de 2015 en <https://www.youtube.com/watch?v=L0H11PKThys>

decimotercera posición, a pesar de que su elección ha estado envuelta en la polémica. Un sondeo realizado por el diario esloveno Nedelo reveló que el 50% de los eslovenos no estaban de acuerdo con la representación de su país⁶⁷. De hecho, en el televoto nacional no fueron los ganadores. El parlamento esloveno estudió en una comisión si la participación del trío encajaba con la representación de la cultura eslovena en un concurso como Eurovisión. En respuesta a esta iniciativa, los activistas de la comunidad LGBT iniciaron una marcha por la ciudad de Liubliana y realizaron una sentada con la bandera del arcoíris delante del edificio de la televisión pública.

El año 2007, fue el de las drag Queens. Dinamarca envió a DQ con la canción disco *Drama queen*, un tema que no consiguió convencer ni a los jurados ni al público y que no logró clasificarse para la final. En la otra cara de la moneda encontramos a la representante ucraniana de ese año Verka Serduchka, que finalizó segunda con *Dancing Lasha Tumbai*⁶⁸. La canción se convirtió en un hit y se vendieron más de 600.000 copias en Ucrania. La puesta en escena y en la que predominaba el color plata, la personalidad arrolladora y el descaro de la intérprete durante la actuación y su semana de ensayo la convirtieron en una figura muy recordada dentro de la historia de Eurovisión. Desde su participación en la final de ese año, ninguna drag queen más ha vuelto a pisar el escenario de Eurovisión.



Imagen 21. Verka Serduchka durante su actuación en Eurovisión 2007

⁶⁷ *Renace Eurovisión* (s.f) Recuperado el 23 de mayo de 2015 en <http://www.elmundo.es/especiales/2002/04/television/eurovision/eslovenia.html>

⁶⁸ *Verka Serduchka - Dancing Lasha Tumbai* (Ukraine) 2007 Eurovision Song Contest (12 enero 2012) Recuperado el 23 de mayo de 2015 en <https://www.youtube.com/watch?v=hfjHJneVonE>

En este apartado de la investigación también es importante repasar aquellas actuaciones cuyos participantes han utilizado la baza de la orientación e identidad sexual, componente de la identidad individual que refleja la autoconcepción de la sexualidad y revela que es “fundamental para el proceso desarrollo una construcción identitaria multidimensional” (Schwartz, Luyckx, y Vignoles 2011: 77). Cabe recordar que la identidad sexual puede verse modificada a lo largo de la vida de un individuo debido a factores externos tales como experiencias de vida, y que no es sinónimo de orientación sexual ya que una persona gay o lesbiana no necesariamente se identifique como tal en un ambiente homófobo.

En Eurovisión, a pesar de las presiones que pueden sufrir algunos representantes a nivel nacional, no se penaliza una orientación sexual sobre otra. Lo que sí es rechazado por parte del público es la homofobia y poca tolerancia a la diversidad de los concursantes. Ilustradas por las declaraciones negativas de Aram Mp3, representante de Armenia en 2014, con relación a la participación de Conchita Wurst⁶⁹. Tal fue la presión de la comunidad eurofan, que el cantante armenio tuvo que pedir perdón en público a la intérprete austríaca.

El primer participante abiertamente gay en representar a su país fue el islandés Paul Oscar en 1997 con el tema *Minn hinsti dan*. La puesta en escena de la primera canción techno dance que llegaba al festival descuadró a más de un telespectador. Durante los tres minutos de actuación se podía ver Paul sentado sobre un sofá blanco de piel con unos pantalones de cuero, mientras se acariciaba a sí mismo y coqueteaba con la cámara. A su alrededor le acompañaban 4 bailarinas inertes y despersonalizadas, enfundadas en trajes de látex de estética fetichista. La actuación, que tenía una clara connotación sexual, no gustó a los jurados ya que no pasó de la vigésima posición.

En el año 2000 nos encontramos con el primer beso gay sobre el escenario de Eurovisión. Los dos integrantes varones del grupo israelí Ping-Pong se besan durante el puente musical de su canción *Be happy*, un canto a la libertad y la tolerancia.

⁶⁹ ¿Homofobia en Eurovisión? (31 marzo 2014) Recuperado el 22 de mayo de 2015 en <http://www.abc.es/eurovision/20140329/abci-eurovision-conchita-wurst-aram-201403281611.html>

En 2003, las representantes rusas también anunciaron a la prensa que se besarían durante su actuación. Sin embargo, llegado el momento de su directo, las dos integrantes del grupo t.A.T.u se arrodillaron en medio del escenario y se acariciaron una a la otra jugando con la idea de que ambas eran pareja a pesar de su juventud. Años más tarde declararon a la prensa que todo respondía a una estrategia de marketing y que en ningún momento sentían una atracción mutua. Habrá que esperar hasta el año 2013 para ser testigos del primer beso lésbico en Eurovisión. La responsable será la representante de Finlandia, Krista Siegfriids, cuando al final de su canción *Marry me* y mientras está vestida de novia se besa con una de sus bailarinas-damas de honor. Según la propia cantante, fue una acción para denunciar la falta de legislación en cuanto a las parejas homosexuales en su país.

Quien también juego con el imaginario y los estereotipos lésbicos fue la ganadora del festival en 2007, la serbia Marija Šerifović. La cantante y compositora, abiertamente lesbiana, contó con la compañía de un coro únicamente femenino durante su actuación en Helsinki. Apareció en el escenario con pantalón negro, camisa blanca y americana. A su alrededor, cuatro mujeres en smoking de gala y cada una con una banda roja. Durante la interpretación de la balada *Molitva*, el coro pone su mano sobre el hombro de Marija en señal de apoyo, para acabar todas juntas cogidas de la mano. Al final de la interpretación todas las integrantes de la actuación levantan sus brazos y muestran a la cámara un corazón dibujado en el lateral de sus manos, una figura que sólo se puede ver cuando dos de ellas se dan la mano, ya cada una lleva la mitad del corazón dibujado.

Con esta actuación, Eurovisión refleja el triunfo de la unión y del amor, con indiferencia del sexo, el género, la identidad u orientación sexual de las personas que lo sientan. Una máxima por la que a día de hoy el concurso sigue apostando.

3.2.3 “All kind of everything”: La representación de las minorías

Por el escenario de Eurovisión han pasado más de 1.400 canciones⁷⁰, lo que representan 1,400 visiones diferentes del mundo que nos rodea. Desde los inicios del festival hasta la actualidad, numerosos países han utilizado los tres minutos de que disponen para enviar mensajes nacionalistas al resto de los participantes y al mundo entero. Sólo hace falta echar un vistazo a títulos de canciones como *De vogels van Holland* (Los pájaros de Holanda), el tema que enviaron los Países Bajos en la primera edición del concurso en 1956 y en la que se alaba la belleza del paisaje holandés, o la canción de Bielorrusia del año 2011 *I love Belarus*.

Tal y como señala la columnista Samantha Ross en *escinsight.com* la utilización de las canciones por parte de los estados participantes plantea la siguiente pregunta “¿Es la función de Eurovisión juntar personas de todas las naciones o se trata de mostrar una imagen construida del país tal y como se espera que sea?”⁷¹. El nacionalismo implícito en ciertas canciones, deja poco margen a la representación de las minorías étnicas y sociales sobre el escenario. Sin embargo, no podemos hablar de minorías religiosas, ya que las normas de Eurovisión no permite la utilización de símbolos ni textos que hagan referencia a la religión.

Según las Naciones Unidas “No hay ninguna definición internacionalmente acordada sobre qué grupos constituyen minorías”⁷², aunque el jurista italiano Francesco Caporoti (1979) en un artículo para dicha institución define a estos colectivos de la siguiente forma:

⁷⁰*Facts y Trivia* (s.f) Recuperado el 22 de mayo de 2015 en <http://www.eurovision.tv/page/history/facts-figures>

⁷¹ *From Anneke to Gaitana: Race and Ethnicity at The Eurovision Song Contest* (27 marzo 2012) Recuperado el 22 de mayo de 2015 en <http://www.escinsight.com/2012/03/27/from-anneke-to-gaitana-race-and-ethnicity-at-the-eurovision-song-contest/>

⁷²Derechos de las minorías: Normas internacionales y orientaciones para su aplicación (s.f.) Recuperado el 23 de mayo de 2015 http://www.ohchr.org/Documents/Publications/MinorityRights_sp.pdf

“Grupo numéricamente inferior al resto de la población de un Estado, que se encuentra en una posición no dominante y cuyos miembros, que son nacionales del Estado, poseen características étnicas, religiosas o lingüísticas diferentes de las del resto de la población y manifiestan, aunque sólo sea implícitamente, un sentimiento de solidaridad para preservar su cultura, sus tradiciones, su religión o su idioma” (Caporoti, 1979:1)

Si nos atenemos a dicha definición, la primera representación de una minoría europea en el festival de Eurovisión tiene lugar en 1964. Anneke Grönloh, acude a Copenhague en representación de los Países Bajos. A pesar de tener nacionalidad holandesa, el cantante ha nacido y creído en el este de Indonesia, un lugar remoto pero que era un protectorado holandés. Su tema, cantado en holandés *Jij bent mijn leven* queda en décima posición. Será este mismo país el que dos años más tarde, en 1966, lleve como participante a la primera persona negra que pise el escenario del festival. Fue la holandesa de origen surinamés Milly Scott. Su tema, *Fernando en Philipppo*, quedó en decimosexta posición con sólo dos puntos, uno de Irlanda y otro del Reino Unido.

Curiosamente, el único cantante negro que ha ganado el festival de Eurovisión también es de origen holandés. Dave Benton nació en Aruba en 1951 y en 1997 se trasladó a vivir a Estonia, país de origen de su mujer. En 2001 representaría a la república báltica junto a Tanel Padar y el dúo 2XL y consiguiendo el triunfo con el tema *Everybody*.

Si hablamos de ganadores y minorías étnicas, debemos remontarnos a la década de los 60 para encontrar al primer artista en alzarse con el triunfo, aún habiendo nacido fuera del continente Europeo. En 1969, Francia es representada por Frida Boccara, una cantante de origen marroquí que se traslada a vivir a París una vez ha finalizado el bachillerato en su país natal. Frida deberá compartir su primer premio con otras 3 artistas que la noche del 29 de marzo también se hace con el primer puesto. La cantante desarrollará su carrera a nivel mundial e intentará representar, sin éxito, a su país de acogida en dos ocasiones más.

Francia será un país bastante sensible al a hora de mostrar la diversidad de su territorio en el festival. En 1991, la cantante de origen turco Amina, queda en segunda posición (a pesar de contar con el mismo número de votos que la ganadora), con la canción *Le dernier qui a parlé*, un tema a medio-tempo con

claras influencias de la música árabe. Los movimientos de la intérprete, así como el foulard naranja que luce durante su actuación trasporta a los telespectadores a latitudes más propias del norte de África.

Dos años más tarde, el país apostará por Patrick Fiori, un cantante de origen armenio pero de madre corsa, que llevará la lengua Corsa al festival. Su canción *Mama Corsica*, aderezada con instrumentos típicos de la región, es una alegoría a la isla en sí, y le llevará a ocupar el cuarto lugar con 121 puntos.

En 1996, los franceses son representados por Dan Ar Braz y L'Héritage des Celtes, un grupo que canta en bretón y que está formado por integrantes de diferentes países y regiones cuyo común denominador son sus orígenes celtas. El tema no consigue convencer al jurado y tan sólo obtiene 18 puntos, que lo sitúan en la posición 19.

Otros estados que también han apostado por la diversidad y la difusión de las minorías son: Noruega que en 1980 dio voz al pueblo suomi con la canción Sámiid Ædnan; Estonia, que en 2004 fue representado por el grupo folk Neioķõsõ, mostrando al mundo la música y la lengua Võro, que se habla en el sur del país; y Rusia, representada en 2012 por un grupo de ancianas originarias de la región de Udmurtia, que ataviadas con los trajes regionales consiguieron una segunda posición con su *Party for everybody* cantado en udmurto e inglés.



Imagen 22. Rusia en 2012 representada por las Buranovskiye Babushki

España no ha sido representada en ninguna ocasión por un cantante de origen extranjero. Si bien es cierto, que han participado en las preselecciones nacionales, siempre se han clasificado artistas nacidos en España. Sin embargo en cuatro ocasiones, y siempre a través de la elección interna por parte de TVE, España ha sido representado por un artista de etnia gitana: En 1974 con Peret, en 1983 con Remedios Amaya, en 1990 con el dúo Azúcar Moreno; y en 1996 con Antonio Carbonell. La mejor puntuación conseguida por este grupo de artistas es la quinta posición que obtuvieron las dos hermanas Salazar en Zagreb.

En la otra cara de la moneda, se encuentran los participantes que tuvieron problemas para representar a su país. En el año 2012, la televisión pública turca, TRT, eligió a Can Bonomo para el festival que ese año se celebrara en Bakú. La elección desagradó a una parte de la audiencia, ya que consideraba que el cantante no era suficientemente turco. La realidad es que su representante es de origen sefardí y judío, un perfil que no cumple ni el 0,5% de la población turca. Sorprende este malestar en un país en el durante años se ha trabajado para separar estado y religión. Como dato añadir que Can Bonomo, logró una séptima posición con su tema *Love Me Back*

Ese mismo año, Ucrania también tuvo problemas con su representante, Gaitana, una cantante de madre ucraniana y padre congoleño. La joven, nacida en Kiev, pasó parte de su infancia en África. A los 5 años regresa a la capital ucraniana donde lleva a cabo sus estudios y desarrolla su carrera artística. Tras su elección, el político del partido de derechas Svoboda, Yuriy Syrotyuk, criticó su participación diciendo que “no era una representación orgánica de la cultura ucraniana” y sugirió que enviando a Gaetana “Ucrania se estaría distanciando de la imagen de Europeo”. A pesar de las declaraciones, Gaetana no tuvo ningún problema en participar y llevar su *Be My Guest* hasta la final. La canción, a pesar de ser un cántico de bienvenida para el Mundial de Fútbol que ese año se celebraba en la capital ucraniana, logró un decimoquinto puesto con 65 puntos.

Si hablamos de minorías poco representadas en el festival de Eurovisión, hay que hacer referencia a la participación que este año, 2015, ha habido de dos personas con discapacidad. La primera persona en pisar en pisar el escenario con una limitación física fue el pianista invidente Serafín Zubiri en 1992 por

España con el tema *Todo esto es la música*. En el año 2000 se volvería a presentar, también por España, con el tema *Colgado de un sueño*. En ambas ocasiones no logró pasar de la décima posición. Siguiendo su estela, en 2002, se presentó por Alemania Corinna May y en 2008 lo hizo Diana Gurskaya, representando a Georgina. En ninguna de las dos ocasiones, las intérpretes, consiguieron estar entre los 10 primeros puestos.

La última edición de Eurovisión, ha sido testigo de la participación del primer cantante en silla de ruedas. Monika Kuszyńska, participó por Polonia. La joven interprete, ya era conocida en su país antes del accidente de coche que la dejó sin movilidad en las extremidades inferiores. Tras un tiempo de recuperación, Monika volvió a los escenarios en 2012 en el festival nacional de música polaca. Durante su puesta en escena, los asistentes al festival podían ver en las pantallas laterales del escenario imágenes de la cantante previas al accidente. Dichas secuencias crearon malestar e incomodidad entre los presentes y no se mostraron durante la realización de los directos. La cantante finalizó la noche en la posición 23 con 10 puntos, su tema *In the name of love* no convenció ni al jurado ni al público.

Este 2015 también será recordado por la participación de la banda finlandesa Pertti Kurikan Nimipäivät, cuyos integrantes tienen algún tipo de discapacidad intelectual. El grupo se formó en 2004 en un taller solidario de Lyhty, una organización benéfica para adultos con discapacidades del desarrollo. En 2009 protagonizaron el documental *The Punk Syndrome*, una pieza en la que se muestra la historia de la formación desde su inicio hasta su primera gira europea. Los 4 integrantes fueron elegidos la noche de 7 de febrero de 2015 para representar a su país en Viena con el tema *Aina mun pitää*, una canción cuya letra han compuesto ellos mismos y en la que hablan de sus actividades cotidianas. Es el voto del público el que les hace ser los escogidos, ya que para el jurado finlandés no eran los favoritos. Fuera del país nórdico, no parecen tener el mismo apoyo y la banda no consigue clasificarse para la final de Eurovisión. Su tema ocupará la última posición en la primera semina con 13 puntos. Su participación llamó la atención de la prensa internacional, a pesar que algunas periodistas mostraron su desacuerdo con la participación de los cuatro músicos finlandeses en Eurovisión 2015.



Imagen 23. Fotografía promocional de los representantes de Finlandia 2015

Para finalizar con este apartado, cabe recordar que la Unión Europea de Radiodifusión cuenta con un grupo propio que trabaja las cuestiones de interculturalidad y diversidad. Los miembros de dicha institución se reúnen dos veces al año y, según su página web⁷³, tienen las siguientes prioridades:

- Intercambiar artículos y productos para programas y magazines para y sobre las minorías que viven en los diferentes países
- Compartir contactos y experiencias
- Informar a los miembros de los proyectos existentes
- Comentar, iniciar y seguir nuevas co-producciones.

Aunque no todos los países apuesten por la diversidad, parece que en las futuras ediciones del festival está garantizada. Eso sí, en pequeñas dosis.

3.2.4 “Believe”: La representación de los valores sociales

La Unión Europea de Radiodifusión promueve, a través del reglamento de participación en Eurovisión, una serie de valores que fomentan el respeto y la tolerancia entre los participantes y que a su vez eviten la escenificación de posibles conflictos políticos y económicos entre los países. Todas las delegaciones que concursan en el certamen deben aceptar esta normativa y

⁷³ <http://www3.ebu.ch/groups/tv/eurovision-intercultural-diversity.html>
 Construyendo Europa a través del entretenimiento: El festival de Eurovisión

asegurarse de que su canción y su representación sobre el escenario cumplen las normas, ya que de lo contrario podría ser eliminada de la competición.

Desde el siglo XIX, son mucho los autores provenientes de la filosofía los que han estudiado el concepto de valor y su representación. Los valores son las cualidades que se le atribuyen a algunas realidades y que son estimables, lo que les confiere una polarización ya que pueden ser positivos o negativos, y una jerarquía en cuanto son superiores o inferiores a otros. Cabe destacar que el estudio de este campo, discierne sobre diferentes valores como los estéticos o morales, sin embargo, en esta ocasión y tratándose de un objeto de estudio como el festival de Eurovisión, un certamen musical televisado, nos quedaremos con la aportación de Tonna: “los valores son actitudes que la gente considera más significativas que otras actitudes. [...] Sin embargo, normalmente finaliza en un comportamiento que es externo y observable. Cuando el comportamiento se hace público, se convierte en parte de la cultura” (1999).

Así pues, a través de la normativa del concurso y debido al carácter público que tiene Eurovisión, tanto las canciones como la puesta en escena se representan los valores de la UER. Valores que tienen una trascendencia y que deben ser compartidos por todos los participantes y por los telespectadores, si quieren disfrutar del certamen y formar parte del juego. A pesar de esta aparente cohesión el periodista del *New York Times* Allan Cowell identifica que en Eurovisión “la Unión Europea está unida a partir de valores, pero no a partir de intereses nacionales”, y pone como ejemplo la victoria de Conchita Wurst y las declaraciones del periodista alemán Bernd Ulrich sobre la necesidad de “encontrar un lenguaje para hacer frente al comportamiento de Putin”⁷⁴.

A pesar de la disparidad de criterios y opiniones sobre los participantes y sus propuestas, muchos países se amparan en las normas de la UER para realizar un ejercicio de *national branding* que empieza desde el momento en el que se elige el tema que les representará en Eurovisión. “Tolerancia”, “respeto”, “inclusión”, “libertad” y “modernidad” se convierten en palabras recurrentes en los discursos de las diferentes delegaciones y los concursantes, que a su vez

⁷⁴ *E.U. United on Values, but Not National Interests* (15 mayo 2014) Recuperado el 1 de junio de 2015 en http://www.nytimes.com/2014/05/16/world/europe/eu-united-on-values-but-not-national-interests.html?_r=0

también se amparan en las tradiciones y la herencia cultural cuando su propuesta está relacionada con el folclore nacional y la música popular.

Según la normativa de Eurovisión 2015, “la composición (letra y música) no puede haber sido publicada comercialmente antes del 1 de septiembre de 2014. En el caso de que la composición se haya hecho pública, por ejemplo, pero no se encuentre en plataformas de vídeos online, redes sociales o banco de datos accesibles y (semi) comerciales, la cadena participante deberá informar al Supervisor Ejecutivo del Festival de Eurovisión”. La novedad musical es fundamental para el concurso y la organización defiende y apuesta por las nuevas creaciones. Así pues, el concurso da el pistoletazo de salida el 1 de septiembre del año anterior a su celebración. Esta regla se aplica desde el origen de Eurovisión y ha originado que canciones como *Der Star* (Alemania 1976)⁷⁵, ya que el participante Tony Marshall la había interpretado anteriormente. El tema fue sustituido por *Sing Sang Song* de los Les Humphries Singers, segundos en la preselección nacional alemana.

Con respecto a los criterios para elegir a las canciones, artistas y actuaciones, el apartado “H” del epígrafe 1.2.2 de la normativa de Eurovisión especifica que “el texto o la puesta en escena de las canciones no puede llevar al espectáculo ni al Festival de Eurovisión ni la Unión Europea de Radiodifusión al descrédito”⁷⁶. Por ese mismo motivo, la organización del concurso, prohíbe la utilización de insultos y de lenguaje (verbal y gestual) inaceptable y realiza una serie de ensayos previos que son retransmitidos por circuito interno en el que los participantes están obligados a mostrar sus actuaciones tal y como serán el día de la final. Además de la posición y del movimiento de cámaras para la realización del directo, también se tienen en cuenta la representación del tema sobre el escenario, eliminando así cualquier posibilidad de improvisación. Sin embargo, a pesar del exhaustivo control al que son sometidas las delegaciones y los concursantes, algunos participantes han logrado saltarse la norma, como en el

⁷⁵ *Tony Marshall - Der Star 1976* (1 septiembre 201) Recuperado el 1 de junio de 2015 en <https://www.youtube.com/watch?v=k82fcamlor8>

⁷⁶ *Public rules of the 60th Eurovision Song Contest* (s.f) Recuperado el 1 de junio de 2015 en http://www.eurovision.tv/upload/press-downloads/2015/2014-09-02_2015_ESC_rules_EN_PUBLIC_RULES.pdf

caso de Israel en el año 2000, cuando al final de su actuación el grupo Ping Pong lució en el escenario las banderas de su país junto a las de Siria.

La política ha planeado sobre el escenario de Eurovisión desde sus inicios. Ya en 1964, una persona anónima saltó al escenario con una pancarta en contra de los regímenes de Salazar y Franco y en 2010. España debería repetir su actuación tras la aparición de Jimmy Jump, un hombre con barretina catalana que salió a escena y se infiltró durante la canción de Daniel Diges *Algo pequeñito*. Las reglas del concurso no permiten explícitamente la participación de “letras, parlamentos, ni gestos políticos o de naturaleza similar”. Alegando este principio, la canción de Georgia 2009 *We don't wanna Put in*⁷⁷ fue descalificada. Las referencias al presidente ruso eran más que evidentes ya en el título del tema. Por el contrario, la canción ucraniana del 2007 tuvo más suerte y pasó el filtro de la UER. La *drag queen* Verka Serduchka se presentaba con *Dancing Lasha Tumbai*, una propuesta *dance* y en la que en de sus versos se cantaba “I want to see – Lasha tumbai”. Un texto aparentemente inofensivo cuya traducción sería “Quiero ver- mantequilla desecha”, pero cuya fonética recuerde a “I want to see Russia Goodbye”. Para hacer más evidente el mensaje, en los coros de la canción se escuchaba la palabra “Rusia” en ruso y los bailarines y los coristas iban vestidos con un chapiri militar.

La posible participación de Líbano en el año 2006 también se vio truncada por una cuestión política. La televisión pública del país, Télé-Liban, se negó a retransmitir la actuación de Israel, lo que provocó que la UER no dejara al país debutar. Algo similar ocurrió en 2014 con la actuación de Conchita Wurst. Bielorrusia y Rusia no querían emitir la actuación de Austria aunque finalmente tuvieron que hacerlo para garantizar su participación en el concurso.

A día de hoy no hay ninguna norma con referencia al uso de elementos políticos por parte del público, siempre y cuando no interfieran en la realización de la gala y no atenten contra los derechos fundamentales. Así pues, antes de que empiece el festival se recuerda a todos los asistentes que ningún participante representa al gobierno de su país y que se evite cualquier tipo de abucheo por razones que no

⁷⁷ *We Don't Wanna Put In* (3 abril 2009) Recuperado el 1 de junio de 2015 en https://www.youtube.com/watch?v=LV1_s73fI-U

sean meramente musicales, aunque no siempre se cumple como quedó patente este año con la participación de Rusia y su segundo puesto. Del mismo modo, se permite el acceso al recinto con banderas regionales, nacionalistas y que defiendan los derechos humanos de y de la comunidad LGTB, que algunos países no contemplan. Sin embargo, deben emitir la imagen del público ondeando fervientemente sus banderas mientras dura el concurso, por lo que algunos fans ven en el festival una ventana al activismo de diferentes causas. Por este motivo, por ejemplo, la televisión rusa, si quiere participar en el concurso está obligada a emitir, durante algo más de 3 horas al año, imágenes de personas ondeando la bandera del arcoíris.

Con respecto a las votaciones, la UER no ha publicado ninguna normativa que haga referencia al voto entre países vecinos. Será válido siempre y cuando los resultados del televoto y de los jurados nacionales presentados a los organizadores de Eurovisión cumplan con los requisitos requeridos y cuenten con la supervisión de un notario.

Otro punto a tener en cuenta en la normativa es que la Unión Europea de Radiodifusión, durante la celebración del festival de Eurovisión y a pesar de ser un programa que cada año cuenta con sponsors diferentes, rechaza las canciones y las actuaciones que “promocionen alguna organización, institución [...] o en su defecto compañía, marcas, productos o servicios”. Así lo determina el reglamento. Por este motivo, el *product placement* está prohibido durante la realización en directo y por San Marino tuvo que cambiar la letra de su canción en 2012: el tema *Facebook Uh oh oh* pasó a llamarse *The social network song*.

El festival de Eurovisión, además de nacer con la voluntad de unir a diferentes países ante una competición musical, también se proyecta desde sus inicios como un motor para la innovación y la creatividad tecnológica en el ámbito audiovisual. Ya en 1957, las conexiones con los jurados de los diferentes países participantes se realizan a través de llamadas telefónicas y en 1968 se retransmite el primer concurso a color. Sin embargo, la verdadera explosión tecnológica llega a mediados de los 90 y se mantendrá hasta nuestros días.

En 1994, se empiezan a realizar las diferentes conexiones vía satélite con los jurados nacionales y se incluye por primera vez fuegos de artificio en el

escenario. Dos años después, en 1996, se estrena el primer decorado virtual y en 1997 empieza el televoto en Alemania, Austria, Suecia, Suiza y el Reino Unido.

La década de los 2000 traerá consigo el lanzamiento de la web oficial del concurso, punto de referencia actualmente para la prensa y la comunidad eurofan y que permite seguir el concurso en streaming. En 2006 se estrena la primera cámara aérea robotizada conocida como *spidercam* y en 2009, algunas cámaras de la organización realizan sus planos subidos encima de vehículos de dos ruedas *Segways*, lo que permite dar más dinamismo y movilidad a la realización de las actuaciones. Ese mismo año, la televisión rusa, organizadora del festival, utiliza un tercio de las pantallas de LEDS que en ese momento hay en el mundo para la elaboración del escenario y la decoración del pabellón según la web de la UER dedicada al festival⁷⁸. Esta carrera por la innovación tecnológica se frenará en 2013, debido a la crisis económica, y tras las duras críticas que recibe la organización del festival en 2012, por el elevado presupuesto y los métodos empleados para la construcción del estadio que albergará el certamen, el Crystal Hall⁷⁹.

En 2014, Eurovisión recibirá el premio Ondas Internacional de Televisión por su “formato moderno e innovador”⁸⁰. Un reconocimiento que llega después de seis décadas transmitiendo los valores de libertad y fraternidad a través de la música a pesar de las relaciones político-sociales que fuera de la competición mantienen sus participantes.

⁷⁸ *Malmö 2013: The technical arms race is over* (s.f) Recuperado el 1 de junio de 2015 en http://www.eurovision.tv/page/news?id=malmoe_2013_the_technical_arms_race_is_over

⁷⁹ *Azerbaijan: Illegal Evictions Ahead of Eurovision* (17 febrero 2012) Recuperado el 1 de junio de 2015 en <http://www.hrw.org/news/2012/02/17/azerbaijan-illegal-evictions-ahead-eurovision>

⁸⁰ *Premiados 2014* (s.f) Recuperado el 1 de junio de 2015 en <http://www.premiosondas.com/premiados.php>

4. Consideraciones finales y conclusiones

4.1. Conclusiones del Trabajo Final de Máster

La investigación realizada ha proporcionado una serie de datos, que una vez analizados, dan como resultado la validación de la hipótesis planteada en el punto 1.2 de este documento. A pesar de ser un concepto complejo de definir y cuyos márgenes y fronteras están en constante evolución, se puede afirmar que el festival de Eurovisión contribuye a la creación de una identidad Europea. Así lo perciben los telespectadores en la encuesta realizada y ese fue el objetivo con el que nació el festival en 1956, unir a los pueblos de la Europa Occidental después de la Segunda Guerra Mundial.

Sin embargo, la imagen que transmite el concurso, responde a una construcción sesgada y estereotipada. Un retrato de Europa que tiende a la homogeneización de sus territorios, y en el que predomina la clase media occidental, conservadora y en el que se excluye a las minorías étnicas y lingüísticas.

Con la voluntad de atraer el mayor número de votos, los participantes optan, en su mayoría, por canciones pop y que responden a los cánones musicales populares. Cuando se opta por una canción con sonidos folclóricos, generalmente la candidatura está acompañada por un discurso reivindicativo en favor de las tradiciones y en contra de la corriente dominante fruto de la globalización.

A pesar de la diversidad lingüística que ha pasado por el festival, el inglés se ha impuesto desde mitad de la década de los 70 como la lengua favorita por los telespectadores para ganar el concurso. En los últimos diez años, nueve de los diez temas ganadores estaban compuestos total o parcialmente en este idioma. Incluso hay países como Bielorrusia y Azerbaiyán que nunca han participado en su lengua natal. En el caso de este último, Los azerís se hicieron j con el triunfo en 2011, ¿pero hasta qué punto ganó Azerbaiyán y no los cánones europeos? Lo mismo pasó en Rusia con su triunfo en 2008, cantando en inglés... ¿Fue una victoria 100% rusa o tuvo que ceder al *mainstream* europeo?

Las minorías, siguen teniendo un papel meramente anecdótico a pesar de que crean cierta expectación por parte del público. También cabe resaltar que estos

colectivos pueden ser fuente de disputa en algunos países por no ser la imagen que se espera de ellos en un festival internacional. Un ejemplo sería Ucrania 2012, representada por Gaetana, una cantante de origen africano. Los estereotipos continúan jugando un papel muy importante en una competición en la que el nacionalismo, y la imagen que se transmite a toda Europa se entremezclan. Modernidad y tradición e Identidad Nacional vs. Identidad Europea, ambas diatribas siguen siendo el debate que se plantean muchas delegaciones y la audiencia cuando deben seleccionar y presentar sus propuestas. Una elección en la que en la mayoría de casos se acaba imperando el criterio de “tradición” y “Europa”. Sólo cuando uno de estos dos factores se altera surgen los escándalos en Eurovisión como la participación de Conchita Wurst (Austria 2014), Dana Internacional (Israel 1998) o el grupo rock de personas con discapacidad cognitiva Pertti Kurikan Nimipäivät (Finlandia 2015).

Es cierto que a lo largo de las seis décadas que dura el festival, los gustos estéticos y las tradiciones han evolucionado. El escenario de Eurovisión ha sido un reflejo de los cambios que se han producido en Europa durante los últimos 60 años. La música melódica de las primeras ediciones ha dado paso a ritmos más yeyés, estilos más discos y electrónicos. Lo que ha supuesto que, por su alto coste y su poca rentabilidad, la música en vivo acabara desapareciendo del concurso. Además, nuevos países se han sumado al festival sobre todo después de la caída del muro de Berlín y la desintegración de la antigua Yugoslavia. A nivel de modas, Eurovisión ha sido un reflejo de las tendencias ya con la aparición de las primeras minifaldas (a mediados de los 60) hasta los estilos más desenfadados de los últimos años.

Más allá de las cuestiones estéticas o políticas, Eurovisión también ha mostrado la evolución social de Europa. Las más de 1.400 canciones que han pasado por el escenario han puesto sobre la mesa temas tan dispares como el amor, la paz, la industria musical y televisiva, el mercado común europea o la libertad... Todos estos temas, y su puesta en escena, han sido un reflejo del contexto en el que las canciones han sido compuestas y muestran, a su vez, las preocupaciones y la manera de tratar las diferentes cuestiones. Poco o nada tiene que ver la canción ganadora de 1961, en la Jean Claude Pascal con *Nous des amoureux* cuenta la historia de un amor clandestino castigado por la ley, con el tema de 2001 de Construyendo Europa a través del entretenimiento: El festival de Eurovisión

Israel, en la que los integrantes masculinos del grupo Ping Pong se besan en directo.

A diferencia de la mayoría de formatos televisivos, desde la primera edición de Eurovisión, la mujer ha sido ampliamente representada en el concurso. De hecho, en 1956, primer año en el que se celebra la competición gana Lys Assia, una cantante de origen suizo. Hasta el momento la opción de cantante femenina solista es la que más veces se ha impuesto como vencedora en el concurso. Mientras que ellas han ganado el concurso en 39 ocasiones, sólo en 8 ediciones un hombre se ha alzado con el triunfo. El resto, se lo han llevado grupos mixtos.

la llegada de internet y de la comunicación vía satélite revive en concurso debido sobre todo al posible *feedback* por parte del público, tras una época de desgaste en el formato y el intento de revitalizarlo a través de diferentes propuestas como la participación de nuevos países o la *relegation rule*. La primera vez que los telespectadores puede decidir durante el concurso llega en 1997 con la aplicación del televoto por parte de cinco países (Austria, Alemania, Suecia, Suiza y el Reino Unido). Hasta este momento el telespectador permanecía ajeno al desarrollo del festival; tan sólo cumplía una función pasivo de mero receptor. Fue a partir de ese año, cuando la UER empezó a centrarse en la interactividad con las personas que seguían el concurso al otro lado de la pantalla. Amplió el televoto al resto de países participantes, estrechó su relación con los clubs de fans y en el año 2000 lanzó la web oficial del concurso que permití estar informado sobre todo lo que ocurría las 24 horas del día.

Es precisamente la llegada de internet el factor que desencadena el renacimiento de Eurovisión. La tecnología permite una mayor cohesión entre la comunidad fan, que ya se había organizado oficialmente a finales de los 80. La web 2.0 permite un mayor intercambio de información entre los seguidores del concurso, provocando que Eurovisión deje de ser un festival que tiene lugar una vez al año para convertirse en un evento que se alarga durante los 365 días.

Tras más de una década desde la llegada de Eurovisión a la red, el concurso cuenta hoy con una comunidad que sigue el programa también desde países que no participan en la competición. De hecho en 2005, el club oficial de fans,

OGAE, tuvo que crear una delegación especial OGAE *Rest of the World*, que aúna a todos aquellos seguidores de provenientes de territorios como los Emiratos Árabes, Estados Unidos o Corea del Sur.

Esta comunidad, que nace ligada al auge de internet, está formada en gran parte por hombres aunque también hay un número notable de mujeres cuya imagen queda invisibilizada ante los estereotipos que utilizan los medios para representar el concepto de eurofan. La imagen, ratificada por esta investigación, de que gran parte de la comunidad fan de Eurovisión es homosexual, responde en un primer estadio al anonimato que proporciona internet y al sentimiento de seguridad que se da al encontrar un espacio en el que aparentemente todos son iguales, “todos aman Eurovisión”.

Gran parte de esta comunidad, junto con otros elementos como el ritual entorno al consumo Eurovisión provocan que, al contrario de la creencia popular y tal y como demuestra la tabla A.2 el festival nunca ha bajado del 26% de Share convirtiéndose en cada edición como el programa más visto en su franja. Eurovisión parece estar en forma a pesar de que el concepto de Europa está en constante reformulación. Por el momento lleva ya seis décadas siendo una ventana a la idea de un territorio unido no sólo por la música sino por los valores que priman en una festividad en la que la idea de pertenencia, la libertad y la tolerancia son lo importante. Valores que ya se pusieron sobre la mesa en 1956 y que a día de hoy siguen vigentes.

4.2. Futuras preguntas de investigación

El festival de Eurovisión representa un objeto de estudio multidisciplinar que anualmente aporta contenido nuevo que puede ser materia de análisis. Así pues, son muchos los interrogantes que se abren a nivel académico en torno al concurso musical más longevo en la televisión siempre. En relación con la creación de identidad y el fandon, el material producido hasta el momento es tan escaso que se convierte para futuros investigadores en un campo todavía por explotar.

Al tratarse de un primer trabajo exploratorio, “Construyendo Europa a través del entretenimiento” representa una puerta de presentación a una gran variedad de aspectos en los que se puede continuar estudiando y aportando conocimiento. De hecho, la segunda mitad de los resultados, referida a los diferentes elementos de la Identidad Europea que se representan sobre el escenario del concurso, podría ser materia para desarrollar en una tesis doctoral. Desde la lingüística a las minorías, pasando por la cuestión de género o la identidad sexual, pueden ser estudiadas por especialistas de las diferentes áreas.

En cuanto al formato del programa, la historia de Eurovisión se ha analizado ampliamente. Sin embargo, se ha detectado una laguna en cuanto a la historiografía del festival en relación con el público infantil. Desde los 60 hasta finales de los 90 son varios los menores que han participado en el concurso. La UER cuenta normas explícitas sobre la aparición de niños en el Eurovisión, sin embargo en 2003 crea un certamen dedicado especialmente a los más pequeños. Con el auge de los *talents* para jóvenes que la televisión vive en estos momentos, podría ser de interés estudiar esta aportación por parte de la UER. Al igual que Eurovisión, los campos para acercarse a este objeto de estudio pueden ser muchos y variados y abre un nuevo espectro en cuanto a lo que se denomina *Eurovision Studies*.

A pesar de no responder a los objetivos iniciales del estudio y una vez analizados los diferentes puntos planteados al inicio, podemos decir que el factor tecnológico ha jugado, sigue jugando a día de hoy, un papel fundamental para el desarrollo del concurso. De ahí que analizar los cambios en cuanto a la tecnología utilizada en el ESC y ver cómo ha modificado el concurso y las

propuestas de las diferentes delegaciones, también puede convertirse en un futuro tema a tratar por interesados en la evolución de la comunicación audiovisual.

En cuanto a la cuestión fan, este es el primer trabajo realizado sobre dicha materia en España y a pesar de contar con resultados significativos los datos obtenidos se pueden cruzar y complementar con estudios similares realizados en otros países. De hecho, aplicar el modelo de la encuesta online y conocer como es la realidad de la comunidad eurofan en el resto de países también puede ser una vía para futuros estudios, un análisis comparativo en el que se vean las diferencias y las similitudes de los grupos eurfans tanto dentro como fuera del continente europeo.

En una conversación con Karen Fricker, la profesora planteó la idea de realizar un proyecto sobre Eurovisión, fans y comunidad LGTB, Si bien es cierto que ella lo había intentado con anterioridad, los resultados obtenidos no fueron representativos debido al miedo a hablar de mucho de los participantes. Pero los cambios sociales acaecidos en este ámbito sugieren que podría ser interesante seguir trabajando en esta línea. En esta investigación se ha realizado un pequeño intento, preguntado sobre la identidad sexual de los participantes de la encuesta.

Así que ya sea desde la lingüística, la musicología, el género, la transmedialidad del certamen en los últimos años o incluso el *big data* en cuanto a la cantidad de contenido que se genera sobre el concurso en la red. Las posibilidades para seguir investigando en este campo son muchas a pesar de que el concurso ya ha cumplido 60 años. Hay posibilidades de estudio para largo.

5. Bibliografía

- . Allatson, P. (2007). *'Antes cursi que sencilla': Eurovision Song Contests and the Kitsch-Drive to Euro-Unity*. *Culture, Theory y Critique*, 48(1), 87-98.
- . Al-Rodhan, N. R., y Stoudmann, G. (2006). *Definitions of globalization: A comprehensive overview and a proposed definition*. Program on the Geopolitical Implications of Globalization and Transnational Security, 6.
- . Alvar, M. (1996). *Manual de dialectología hispánica: el español de América*. Ariel.
- . Ang, I., y Couling, D. (1985). *Watching Dallas: Soap opera and the melodramatic imagination*. Psychology Press.
- . Baker, C. (2008). *Wild Dances and Dying Wolves: Simulation, Essentialization, and National Identity at the Eurovision Song Contest*. *Popular communication*, 6: 173 – 189
- . Barclay, Simon (June 17, 2010). *The Complete and Independent Guide to the Eurovision Song Contest 2010*. Silverthorn Press. p. 24.
- . Barker, C. (1999). *Television, globalization and cultural identities*. Buckingham: Open University Press.
- . Baym, N. K. (1999). *Tune in, log on: Soaps, fandom, and online community*(Vol. 3). Sage Publications.
- . Belov, A. (2014). *Visions of division: affective dimensions of Europeanness at the Eurovision Song Contest in Copenhagen in 2014*.
- . Best, S., y Kellner, D. (1997). *The postmodern turn*. Guilford Press.
- . Bolin, G. (2010). *Media events, eurovision and societal centers*. Routledge.
- . Bolter, J. D., Grusin, R., y Grusin, R. A. (2000). *Remediation: Understanding new media*. Mit Press.
- . Bolz, N., y Bosshart, D. (1995). *Kult-Marketing: Die neuen Götter des Marktes*. Econ-Verlag.
- . Bourdieu, P. (1984). *Distinction: A social critique of the judgment of taste* (R. Nice, Trans.). Cambridge, MA: Harvard University Press

- . Bourdieu, P. (1989). O poder simbólico.
- . Bourdieu, P. (2011). The forms of capital.(1986). *Cultural theory: An anthology*, 81-93.
- . Bourdieu, Pierre (1991). *Language and Symbolic Power*. Cambridge: Harvard University Press.
- . Bruter, M. (2005). *Citizens of Europe? The emergence of a mass European identity*. Palgrave Macmillan.
- . Capotorti, F. (1979). *Study on the rights of persons belonging to ethnic, religious and linguistic minorities*. United Nations.
- . Carter, C. (2011) "Sex/Gender and the Media: From Sex Roles to Social Construction and Beyond," in Ross, K. (ed)*The Handbook of Gender, Sex and Media*, ORichardson, Niall, and Sadie Wearing. *Gender in the Media*. Palgrave Macmillan, 2014.xford: Wiley-Blackwell, pp.
- . Castells, M. (1998) *Paraísos comunales: identidad y sentido en la sociedad red, en la era de la información*. Economía, sociedad y cultura. Vol. 2. "El poder de la identidad". Madrid, Alianza, pp. 28-29
- . Checkel, J. T., y Katzenstein, P. J. (Eds.). (2009). *European identity*. Cambridge University Press.
- . Christensen, M. y Chirstensen, M. (2008). *The After-Life of Eurovision 2003: Turkish and European Social Imaginaries and Ephemeral Communicative Space*. Popular Communication, 6: 155 - 172
- . Clerides, S. y Stengos, T. (2006). *Love thy Neighbor, Love thy Kin: Voting Biases in the Eurovision Song Contest*. University of Cyprus Working Papers in Economics, 1-2006.
- . Clough, P. y Sanderson M. (2006). *User Experiments with the Eurovision Cross-Language Image Retrieval System*. Journal of the American society for Information science and Technology, 57(5): 697 – 708
- . Cohen, A. (1998). "Boundaries and Boundary-Consciousness: Politicising Cultural Identity," in M. Anderson and E. Bort (Eds.), *The Frontiers of Europe*. London: Printer Press.

- . Cohen, L., y Manion, L. (2000). *Research methods in education*. Routledge. p. 254.
- . Couldry, N., Hepp, A., y Krotz, F. (Eds.). (2009). *Media events in a global age*. Routledge.
- . Danero, J. (2014) *Being 'European' or 'Moldovan'? Eurovision Song Contest and Crisis Identity in the Republic of Moldova*
- . Dayan, D., y Katz, E. (1994). *Media events*. Harvard University Press.
- de Certeau, M. (1984) *The Practice of Everyday Life*. University of California Press.
- . Debord, G. (1967). *The society of the spectacle*. New York.
- . Dekker, A. (2007). *The Eurovision Song Contest as a 'Friendship' Network*. *Connections*, 27(3): 53 - 58
- . Duchesne, S., y Frogner, A. P. (1995). *Is there a European identity? Public opinion and internationalized governance*, 193-226.
- . Durkheim, E. (1995) [1912]. *The elementary forms of the religious life*. Library of Alexandria. New York: Free Press
- . Eco, H. (1999). *En busca de la lengua perfecta*. Barcelona, Crítica.
- . Eco, U. (1989). *The open work*. Trans. A. Canguigni. Cambridge, Mass.: Harvard University Press.
- . Enli, G. S. (2008). *Redefining public service broadcasting multi-platform participation*. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, 14(1), 105-120.
- . Ernest G. (1983) *Nations and Nationalism*
- . Eugster, E. (1983). *Television programming across national boundaries: The EBU and OIRT experience*. Dedham, MA: Artech House.
- . Featherstone, K., y Radaelli, C. M. (Eds.). (2003). *The politics of Europeanization*. Oxford University Press.

- . Fenn, D. y Suleman O. y Eftstathiou J. y Johnson Neil F. (2006). *How does Europe Make Its Mind Up? Connections, cliques, and compatibility between countries in the Eurovision Song Contest*. *Physica A*, 576 - 598
- . Fernández, F. J. M. (2006) *Historia de Televisión Española*. Consultado el 10 de mayo, 2014, en <http://www.rcumariacristina.com/wp-content/uploads/2010/12/20-FRANCISCO-JOSE-MONTES.pdf>
- . Fiske, J. (1992). The cultural economy of fandom. The adoring audience: *Fan culture and popular media* (pp. 30–49). London, England: Routledge
- . Fiske, J. (1994). *Media matters: Everyday culture and political change*. University of Minnesota Press.
- . Fligstein, N. (2008). *Euroclash: The EU, European Identity, and the Future of Europe: The EU, European Identity, and the Future of Europe*. Oxford University Press.
- . Fricker, K., y Gluhovic, M. (Eds.). (2013). *Performing the 'New' Europe: Identities, Feelings and Politics in the Eurovision Song Contest*. Palgrave Macmillan.
- . Gee, J. P. (2005). Semiotic social spaces and affinity spaces. Beyond communities of practice language power and social context, 214-232.
- . Giddens, A. (1995): "La trayectoria del yo", en *Modernidad e identidad del yo*. Barcelona, Península, 93-139
- . Ginsburg, V. y Noury Abdul G. (2008). *The Eurovision Song Contest. Is voting Political or Cultural?* *European Journal of Political Economy*, 24: 41 - 52
- . Göttlich, U. (2009). Observations on the influence of media events on everyday culture. *Media Events in a Global Age*, 172.
- . Gray, J., Sandvoss, C., y Harrington, C. L. (2007). *Introduction: Why study fans?* *Fandom: Identities and communities in a mediated world*. New York: New York University Press. 1-16
- . Guillén, P. (2014) *Normalizing Difference: Spain's Generic Front in the Eurovision Song Contest*

- . Gunter, B. (1995). *Television and gender representation*. John Libbey and Co. Ltd..
- . Haan, Marco A. y Dijkstra G. y Dijkstra Peter T. (2005). *Expert Judgment Versus Public Opinion – Evidence from the Eurovision Song Contest-*. Journal of Cultural Economics, 29: 59 - 78
- . Harrison, J., y Woods, L. (2007). *European broadcasting law and policy*. Cambridge University Press.
- . Harrison, J., y Woods, L. M. (2001). *Defining European public service broadcasting*. European Journal of Communication, 16(4), 477-504.
- . Heller, D. (2007). t.A.T.u. *You! Russia, the Global Politics of Eurovision, and Lesbian Pop*. Popular Music, 26 (2): 195 - 210
- . Higley, S. L. (2000). *Audience, Uglossia, and CONLANG: Inventing Languages on the Internet*. M/C: A Journal of Media and Culture, 3, 24.
- . Jancovich, M. (2002). *Cult fictions: Cult movies, subcultural capital and the production of cultural distinctions*. Cultural Studies, 16(2), 306–322
- . Jenkins, H. (1992). *Textual poachers: Television fans and participatory culture*. London, England: Routledge
- . Jenkins, H. (2006). *Convergence culture: Where old and new media collide*. NYU press.
- . John McCormick (2010). *Europeanism*. Oxford University Press
- . Jones, D. (1980). *Gossip: Notes on women's oral culture*. Women's studies international quarterly, 3(2), 193-198.
- . Kellner, D. (2010). Media spectacle and media events: Some critical reflections. *Media events in a global age*, 76-9
- . Kelly, M., Mazzoleni, G., y McQuail, D. (Eds.). (2004). *The media in Europe: the Euromedia handbook*. Sage.
- . Lacalle, C. (Ed.). (2013). *Jóvenes y ficción televisiva: construcción de identidad y transmedialidad*. UOC.

- . Lacalle, Ch. (2012) *La construction de l'étranger à la télévision espagnole*. Lochard, G. et Popelard Marie-Dominique, *Images de l'étranger*. Paris, L'Harmattan.
- . Lacalle, CH.(2010) *Il dibattito sulla rete: dall'individuo isolato all'occhio del Grande Fratello*. Quaderno di comunicazione. Rivista di Dialogo tra Cultura, 11: Vincini, Lontani, pp 65-78.
- . Lemish D. (2004). "My Kind of Campfire" *The Eurovision Song Contest and Israeli Gay Men*. Popular Communication: The International Journal of Media and Culture, 2 (1): 41 - 63
- . Luyckx, K., Schwartz, S. J., Goossens, L., Beyers, W., y Missotten, L. (2011). *Processes of personal identity formation and evaluation*. In S. J. Schwartz, K. . Luyckx, y V. L. Vignoles(Eds), *Handbook of identity theory and research* (Vols 1 and 2) New York, NY: Springer Science + Business Media, 77-98
- . Marijana M. (2010). 'New face of Serbia' at the Eurovision Song Contest: *international media spectacle and national identity*. European Review of History: Revue
- . McLuhan, M. (1994). *Understanding media: The extensions of man*. MIT press.
- . O'Connor, John Kennedy. *The Eurovision Song Contest - The Official History*. Carlton Books, UK. 2007
- . Papathanassopoulos, S. (2002). *European Television in the Digital Age: Issues, Dynamics and Realities*. OECD Publishing.
- . Radaelli, C. M. (2003). *The Europeanization of public policy. The politics of Europeanization*, 27-56.
- . Raykoff, I. (2014). *Empire of Song: Europe and Nation in the Eurovision Song Contest*. Ed. by Dafni Tragaki. Music and Letters, 95(2), 316-318.
- . Raykoff, I., y Tobin, R. D. (Eds.). (2007). *A song for Europe: Popular music and politics in the Eurovision Song Contest*. Ashgate Publishing, Ltd..
- . Sandvoss C. (2008) *On the Couch with Europe: The Eurovision Song Contest, the European Broadcast Union and Belonging on the Old Continent*. Popular Communication, 6: 190 - 207

- . Sandvoss, C. (2005). *Fans: The mirror of consumption*. Cambridge, UK: Polity Press
- . Scannell, P. (1996). *Radio, television, and modern life: A phenomenological approach*. Cambridge: Blackwell
- . Singer, M. B. (1984). *Man's Glassy Essence Explorations in Semiotic Anthropology*. Bloomington: Indiana University Press
- . Spierdijk, L. and Vellekoop, Michel H. (2006). *Geography, culture, and religion: Explaining the bias in Eurovision song contest votin*. Memorandum 1794 Department of Applied Mathematics University of Twente
- . Stoller, R. J. (1964). *A contribution to the study of gender identity*. The International Journal of Psychoanalysis.
- . Sullivan, J. L. (2013). *Media audiences : effects, users, institutions, and power*. Thousand Oaks. Calif., SAGE Publications
- . Thiesse, A. M. (2014). *La Création des identités nationales. Europe (XVIIIe-XXe siècle)*. Seuil.
- . Tragaki, D. (2014) *Mediations of the European Self in Song*. University of Thessaly
- . Tulloch, J., y Jenkins, H. (1995). *Science fiction audiences: Watching Doctor Who and Star Trek*. London, England: Routledge.
- . Wheeler, M. (2004). *Supranational Regulation Television and the European Union*. European Journal of Communication, 19(3), 349-369.
- . Yair, G. (1995). 'Unite Unite Europe' *The political and cultural structures of Europe as reflected in the Eurovision Song Contest*, *Social Networks*, 17: 147 – 161
- . Yair, G. (2104) *Origins and Advances in the Study of Eurovision Bloc Voting*

Anexos

- . Tablas y gráficos utilizados para la redacción de la investigación
- . Encuesta realizada a través de internet
- . Validaciones encuesta
- . Difusión encuesta por internet